



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

LICENCIADA EN SECRETARIADO GERENCIAL

TEMA:

“ESTRATEGIAS PARA EL MEJORAMIENTO DE LA ATENCIÓN AL USUARIO
DE LA DIRECCIÓN PROVINCIAL AGROPECUARIA DE PASTAZA.”

AUTORA

BLANCA INÉS GUALLI SELA

PUYO- ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certifico que el Trabajo de investigación sobre el tema “ESTRATEGIAS PARA EL MEJORAMIENTO DE LA ATENCIÓN AL USUARIO DE LA DIRECCIÓN PROVINCIAL AGROPECUARIA DE PASTAZA” previo a la obtención del Título de Licenciada en Secretariado Gerencial., ha sido desarrollado por la Srta. BLANCA INÉS GUALLI SELA, ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Denise Liliana Pazmiño Garzón
DIRECTORA DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN

Ing. Gladis Lucia Cazco Balseca
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD

Yo, BLANCA INES GUALLI SELA, estudiante de la Facultad de Administración de Empresas- Extensión Puyo, declaro que el Trabajo de Investigación que presento es auténtico y original. Soy responsable de las ideas expuestas y los derechos de autoría corresponden a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

BLANCA GUALLI

DEDICATORIA

A Dios por ser el, quién me ha iluminado desde el cielo a despejar cualquier duda y regalándome un poquito de sabiduría para terminar con éxito esta etapa de mi vida.

A mi esposo Marcelo que con su amor y comprensión, ha sido el apoyo fundamental en mi vida para seguir con mis estudios y llegar al éxito.

A mi hijo Lenin que ha sido el pilar fundamental para seguir preparándome cada día y ser un ejemplo.

A mis padres, Miguel y María por ser las personas que me han acompañado a lo largo de mi vida.

A mis hermanos, sobrinos y más familiares por su amor, por su comprensión y apoyo.

BLANCA GUALLI

AGRADECIMIENTO

Al finalizar este trabajo quiero Primero agradecer a Dios por darme fuerza y valor para culminar esta etapa de mi vida.

Agradezco a mis padres, esposo e hijo, por estar siempre apoyándome, demostrando siempre su amor.

Agradecer a las autoridades y funcionarios de la Dirección provincial Agropecuaria de Pastaza por apoyarme y darme las facilidades para que este trabajo llegue a un feliz término.

Agradezco de manera especial y sincera a la Ing. Denise Pazmiño por aceptarme para realizar esta Trabajo de Investigación bajo su dirección, por su apoyo y confianza en mí y su capacidad para guiar mis ideas lo cual ha sido un aporte invaluable, a la Ing. Gladis Cazco por su valiosa aportación y por la calidad humana que me ha demostrado con su amistad.

A mis hermanos que con sus consejos me han ayudado a afrontar los retos que se me han presentado a lo largo de mi vida.

INDICE GENERAL

| | |
|---|----------|
| Portada | i |
| Certificación del Tribunal | ii |
| Certificado de Responsabilidad | iii |
| Dedicatoria | iv |
| Agradecimiento | v |
| Índice General | vi |
| Indice de Tablas | x |
| Indice de Gráficos | xi |
| Indice de Anexos | xii |
| Resumen Ejecutivo | xiii |
| Summary | xiv |
| Introducción | 1 |
| CAPÍTULO I: EL PROBLEMA | 3 |
| 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 3 |
| 1.1.1 Formulación del Problema. | 5 |
| 1.1.2 Delimitación del Problema. | 5 |
| 1.2 OBJETIVOS | 5 |
| 1.2.1 Objetivo General. | 5 |
| 1.2.2 Objetivos Específicos. | 5 |
| 1.3. JUSTIFICACIÓN | 6 |
| CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO | 7 |
| 2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS | 7 |
| 2.1.1 Antecedentes Históricos. | 7 |
| 2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA | 9 |
| 2.2.1 La atención al Usuario vs atención al Cliente | 9 |
| 2.2.1.1 ¿Quién es un Usuario? | 9 |
| 2.2.1.2 ¿Quién es un Cliente? | 10 |
| 2.2.1.3 ¿Sabes cuál es la diferencia entre usuario, comprador, cliente y distribuidor?. | 10 |
| 2.2.2 Importancia del cliente | 11 |

| | | |
|----------------------------------|--|----|
| 2.2.3 | Tipologías de clientes | 11 |
| 2.2.4 | Concepto de calidad en el servicio. | 13 |
| 2.2.4.1 | La Calidad en el producto vs calidad en el servicio | 13 |
| 2.2.5 | La satisfacción del cliente en productos y servicios | 13 |
| 2.2.6 | Las 4 dimensiones a considerar en la atención al usuario | 14 |
| 2.2.7 | El mejoramiento en la calidad del servicio al usuario | 14 |
| 2.2.8 | Las Estrategias | 15 |
| 2.2.8.1 | Concepto | 15 |
| 2.2.8.2 | Enfoques de la Estrategia | 15 |
| 2.2.9 | Componentes de la Estrategia | 16 |
| 2.2.10 | Formulación de Estrategias. | 17 |
| 2.2.11 | Desarrollo de estrategias de servicio | 17 |
| 2.2.12 | Estructuración estratégica del servicio | 18 |
| 2.2.13 | Como elaborar una estrategia. | 18 |
| 2.2.13.1 | Herramientas para el diseño de las estrategias | 19 |
| 2.2.14 | Marketing de Servicios | 20 |
| 2.2.14.1 | Naturaleza del servicio | 21 |
| 2.2.14.2 | Propiedades de los Servicios. | 22 |
| 2.2.14.3 | Elementos del marketing Mix en los servicios | 22 |
| 2.2.15 | Entorno y competitividad | 23 |
| 2.2.16 | Las Normas ISO | 23 |
| 2.2.16.1 | Las Normas ISO 9000 | 23 |
| 2.2.16.2 | Las Normas ISO 9001 | 24 |
| 2.2.16.3 | Las Normas ISO 9000:2000 | 24 |
| 2.3 | MARCO CONCEPTUAL | 25 |
| CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO | | 26 |
| 3.1 | HIPÓTESIS | 26 |
| 3.1.1 | Hipótesis General | 26 |
| 3.1.2 | Hipótesis específicas | 26 |
| 3.2 | VARIABLES | 26 |
| 3.2.1 | Variable Independiente | 26 |
| 3.2.2 | Variable Dependiente | 27 |
| 3.3 | TIPOS DE INVESTIGACIÓN | 27 |

| | | |
|-------------------------------------|--|----|
| 3.3.1 | Tipo de Estudio de investigación | 27 |
| 3.3.1.1 | Investigación exploratorio | 27 |
| 3.3.1.2 | Investigación Descriptiva | 27 |
| 3.3.2 | Diseño de la investigación. | 28 |
| 3.3.2.1 | Investigación de Campo. | 28 |
| 3.3.2.2 | Investigación Bibliográfica-documental | 28 |
| 3.4 | POBLACIÓN Y MUESTRA | 28 |
| 3.4.1 | Población | 28 |
| 3.4.2 | Muestra | 29 |
| 3.5 | MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS | 31 |
| 3.5.1 | Métodos | 31 |
| 3.5.1.1 | Método Teórico | 32 |
| 3.5.1.2 | Método Analítico - Sintético | 32 |
| 3.5.1.3 | Método Inductivo – Deductivo | 32 |
| 3.5.2 | Técnicas e Instrumentos | 32 |
| 3.5.2.1 | La técnica de la Encuesta | 32 |
| 3.5.2.2 | La técnica de la Entrevista en Profundidad | 33 |
| 3.5.2.3 | La técnica de la Observación Estructurada | 33 |
| 3.5.3 | Instrumentos | 33 |
| CAPITULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS | | 34 |
| 4.1 | METODOLOGIA, GUIA Y/O PROCEDIMIENTO DE IMPLEMETANCION DE LA PROPUESTA | 34 |
| 4.1.1 | Análisis de resultados de la Encuesta de satisfacción aplicada a los usuarios de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza en el cantón Pastaza | 34 |
| 4.1.2 | Análisis de Resultados de la Entrevista en profundidad aplicada a los funcionarios de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza en el cantón Pastaza | 52 |
| 4.1.3 | Análisis de resultados de la Ficha de Observación aplicada en la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza | 60 |
| 4.2 | IMPLEMENTACION DE LA PROPUESTA | 68 |
| 4.2.1 | Diagnóstico Situacional | 68 |
| 4.2.1.1 | Etapas de aportación de información. | 68 |

| | | |
|----------|--|----|
| 4.2.1.2 | Matriz de evaluación de los factores internos y externos (EFI-EFE) | 68 |
| 4.2.1.3 | Matriz de las amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas. (FODA) | 72 |
| 4.2.1.4 | Exposición de los problemas y causas detectadas para el establecimiento de la estrategia a proponer. | 73 |
| 4.2.2 | PROPUESTA | 74 |
| 4.2.2.1 | Objetivo de la Capacitación. | 74 |
| 4.2.2.2 | Contenidos | 74 |
| 4.2.2.3 | Población Objetivo | 75 |
| 4.2.2.4 | Recursos Necesarios | 75 |
| 4.2.2.5 | Métodos de Capacitación | 75 |
| 4.2.2.6 | Lugar donde se efectuará la capacitación | 75 |
| 4.2.2.7 | Tiempo | 76 |
| 4.2.2.8 | Horario | 76 |
| 4.2.2.9 | Control y Evaluación de Resultados | 76 |
| 4.2.2.10 | Presupuesto | 78 |
| 4.2.3 | Desarrollo de las Temáticas a tratar | 79 |
| 4.3 | VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS | 84 |
| | CONCLUSIONES | 88 |
| | RECOMENDACIONES | 89 |
| | BIBLIOGRAFIA | 90 |
| | ANEXOS | 88 |

ÍNDICE DE CUADROS

| | | |
|-----------|--|----|
| Cuadro 1: | Tipología del cliente | 12 |
| Cuadro 2: | Población de Pastaza según rama de actividad | 29 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | | |
|-----------|--|----|
| Tabla 1: | Atención del funcionario en el MAGAP | 35 |
| Tabla 2: | Nivel de satisfacción por la información | 36 |
| Tabla 3: | Tiempo en la atención | 37 |
| Tabla 4: | Respuesta a sus dudas respecto a su problema | 38 |
| Tabla 5: | Explicación e importancia a sus problemas | 39 |
| Tabla 6: | Cumplimiento en horarios de atención | 40 |
| Tabla 7: | Presentación de Quejas o Sugerencias | 41 |
| Tabla 8: | Importancia del MAGAP a las quejas y sugerencias | 42 |
| Tabla 9: | Atención telefónica | 43 |
| Tabla 10: | Aplicación de conocimientos y profesionalismo | 44 |
| Tabla 11: | Preocupación del funcionario por resolver su necesidad | 45 |
| Tabla 12: | Espacio y ambiente de trabajo | 46 |
| Tabla 13: | Información que contiene la página web | 47 |
| Tabla 14: | Desempeño del funcionario en atención y servicio | 48 |
| Tabla 15: | Interés en programas de capacitación , conocimientos e información | 49 |
| Tabla 16: | Motivación | 53 |
| Tabla 17: | Desempeño | 54 |
| Tabla 18: | Compromiso Institucional | 56 |
| Tabla 19: | Programas de capacitación | 57 |
| Tabla 20: | Programas de evaluación de desempeño | 58 |
| Tabla 21: | Elementos tangibles | 60 |
| Tabla 22: | Fiabilidad | 61 |
| Tabla 23: | Capacidad de respuesta | 62 |

| | | |
|-----------|------------------------------------|----|
| Tabla 24: | Seguridad | 63 |
| Tabla 25: | Empatía | 64 |
| Tabla 26: | Agilidad | 65 |
| Tabla 27: | Aspectos Observados | 65 |
| Tabla 28: | Evaluación Factores Internos (EFI) | 69 |
| Tabla 29: | Evaluación Factores Externos (EFE) | 70 |
| Tabla 30: | FODA | 71 |
| Tabla 31: | Presupuesto | 76 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | | |
|-------------|--|----|
| Grafico 1: | Atención del funcionario en el MAGAP | 35 |
| Grafico 2: | Nivel de satisfacción por la información | 36 |
| Grafico 3: | Tiempo en la atención | 37 |
| Grafico 4: | Respuesta a sus dudas respecto a su problema | 38 |
| Grafico 5: | Explicación e importancia a sus problemas | 39 |
| Grafico 6: | Cumplimiento en horarios de atención | 40 |
| Grafico 7: | Presentación de Quejas o Sugerencias | 41 |
| Grafico 8: | Importancia del MAGAP a las quejas y sugerencias | 42 |
| Grafico 9: | Atención telefónica | 43 |
| Grafico 10: | Aplicación de conocimientos y profesionalismo | 44 |
| Grafico 11: | Preocupación del funcionario por resolver su necesidad | 45 |
| Grafico 12: | Espacio y ambiente de trabajo | 46 |
| Grafico 13: | Información que contiene la página web | 47 |
| Grafico 14: | Desempeño del funcionario en atención y servicio | 48 |
| Grafico 15: | Interés en programas de capacitación , conocimientos e información | 49 |
| Grafico 16: | Motivación | 53 |
| Grafico 17: | Desempeño | 55 |
| Grafico 18: | Compromiso Institucional | 56 |
| Grafico 19: | Programas de capacitación | 57 |
| Grafico 20: | Programas de evaluación de desempeño | 58 |

ÍNDICE DE ANEXOS

| | | |
|----------|-----------------------------------|----|
| Anexo 1: | Encuesta a los usuarios | 89 |
| Anexo 2: | Entrevista de autoevaluación | 90 |
| Anexo 3: | Ficha de Observación estructurada | 91 |

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de titulación tiene como finalidad proponer estrategias para el mejoramiento de la atención al usuario de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza. La investigación realizada se fundamenta en la exposición proyectiva, así mismo los tipos de investigación diseñados para el estudio son exploratoria, descriptiva, de campo y bibliográfica documental, los métodos utilizados para el análisis son el teórico, analítico-sintético, inductivo-deductivo. La información se recopiló mediante la aplicación de cuestionarios elaborados para la encuesta y la entrevista en profundidad; así como también se preparó la ficha de observación, todos estos instrumentos han aportado información sustancial para el análisis de los hechos; permitiendo detectar las falencias existentes en la institución. Una vez organizada, clasificada y tabulada toda la información se procedió a construir el diagnóstico situacional de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza, descubriendo las causas y problemas que afectan el área de atención al usuario. Con todo lo expuesto se propone como estrategia principal diseñar un plan de capacitación dirigido a todo el personal relacionado directamente con esta área; en donde todos aprenderán a estar motivados en brindar una buena atención al usuario en la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza.

Ing. Denise Liliana Pazmiño Garzòn

DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACION

ABSTRACT

The present entitled work proposes strategies aimed to improve the customer service of the Provincial Agricultural of Pastaza. The research is based on projective exposure, also the types of research are designed to study exploratory, descriptive, and bibliographic documentary field, the methods used for analysis are theoretical, analytic-synthetic, inductive- deductive. The information was collected through the application of elaborate questionnaires for the survey and in- depth interviews; and the observation sheet was also prepared, all these instruments have provided substantial information for the analysis of the facts; allowing detect the weaknesses of the institution. One organized, classified and tabulated all information proceeded to build the situational analysis of the Provincial Agricultural of Pastaza, discovering the causes and problems affecting the area of customer service. With all the above is proposed as the main strategy to design a training plan aimed at all personnel directly related to this area; where all learn to be motivated to provide a good customer service in the Provincial Agricultural of Pastaza

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, los clientes consideran que la mayor satisfacción que experimentan es que les ayuda a mejorar su calidad de vida, pero sobre todo buscando calidad en los servicios. Bajo este contexto las instituciones buscan diferenciarse de las demás en brindar una mejor calidad en la prestación de sus servicios, aprovechando el sello característico de algunos, como la calidez y seguridad de su gente.

La Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza, como institución gestora de apoyar a través de sus programas y servicios impulsa el fortalecimiento de las cadenas productivas en el Ecuador, a través de la asistencia técnica, entrega de insumos y mecanización, destinados a los pequeños y medianos agricultores para contribuir con la soberanía y seguridad alimentaria del país, por tanto preocupada de ofrecer un excelente servicio a la ciudadanía se ha visto en la necesidad de mejorar el área de servicio y atención al usuario.

Este documento se ha elaborado para solucionar las dificultades detectadas en la institución, por tanto en su primera parte se expone los problemas, los objetivos y la justificación del estudio.

Para consolidar y profundizar la problemática así como dar solución a la misma se aborda temas relacionados a clientes, calidad, servicio, estrategias, etc., los cuales se constituyen en el referente teórico científico ampliando los conocimientos de la investigadora para que los lleve a la práctica.

Se ha utilizado dentro de la metodología la investigación exploratoria, descriptiva, de campo, bibliográfica documental; así como para la recolección de información se ha dispuesto el uso de cuestionarios tanto para la encuesta como para la entrevista y la ficha de observación. Una vez obtenida la información esta ha sido clasificada, tabulada y analizada para determinar los hallazgos y proponer como estrategia un plan

de capacitación el cual apoyara a la formación profesional del personal involucrado en el área de servicio y atención al cliente, aspirando se logre cambios significativos en el desempeño en el puesto de trabajo dentro de la institución.

CAPITULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los enfoques modernos de la gerencia empresarial han llevado a denominar al presente siglo como una época de tendencia humanista, donde la atención al usuario es fundamental para el desarrollo y sostenimiento¹ de las organizaciones. Las instituciones estatales han desarrollado su actividad en concordancia a las políticas de desarrollo nacional, descuidando en cierto modo los principios generales como es el trato a los usuarios; lo que a su vez repercute en la calidad de servicio que se les brinda.

El estar en contacto directo con la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza, por encontrarme realizando las prácticas profesionales en el periodo Noviembre 2013 a Enero 2014 en los departamentos de Talento humano y Financiero, he podido observar mal estar en los usuarios, razón por la cual realizo el análisis de las causas y efectos que originan la problemática principal en la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza.

- La institución no cuenta con una edificación² atractiva a la vista de los usuarios, carecen de pintura en su exterior e interior, el rotulo ubicado a la entrada de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza, no muestra buen estado lo que ocasiona que las personas no conozcan con precisión cómo funcionan sus oficinas produciendo pérdida de tiempo hasta ubicarla.
- En cuanto al mobiliario en su sala de espera existe dos muebles con una capacidad para seis usuarios, situación que genera problema cuando existe mayor concurrencia de gente; ésta tiene que estar de pie en tanto espera para ser atendido, provocando mal estar en los usuarios.
- En la institución los servidores públicos cuentan con computadores y suministros de oficina, sin embargo los mismos carecen de software y

¹ El termino sostenimiento se refiere a la acción de sostener el gasto público.

²Edificación sinónimo de construcción.

programas específicos para cada unidad, dificultando el generar a tiempo la información requerida por los diferentes usuarios, provocando mayor tiempo en la espera para ser atendidos.

- Se observa la existencia de un buzón para quejas, sugerencias y reclamos, el cual refleja la no utilización del mismo, no cuenta con un instructivo de cómo debe ser llenado, peor aún no existe un control de cuantas quejas se han registrado y la solución que se dan a las mismas, así como de las sugerencias y reclamos; situación que hace que los usuarios no den el uso a esta herramienta.
- En la ventanilla única de atención al usuario se localiza un calificador de atención al usuario o cliente, el mismo que su teclado está tapado imposibilitando de esta manera la calificación del desempeño del empleado, originando en los usuarios confusión y desconfianza.
- En cuanto a las capacitaciones que se realizan en el Dirección Provincial Pastaza, los temas que contemplan las mismas se orientan de manera general, sin priorizar temas puntuales para cada unidad por lo que se genera desánimo y desmotivación en los empleados.
- El personal que labora actualmente en la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza es contratado de forma temporal, realidad que origina desmotivación y falta de compromiso hacia la institución ya que no se les entrega estabilidad laboral.
- La Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza cuenta con el Estatuto de gestión organizacional por procesos en el cual se dice en términos generales como realizar las actividades diarias, lo que genera la práctica de un trabajo rutinario por falta de conocimiento de cada actividad a ejecutar.
- En la institución no se cuenta con una base de datos por unidad o departamento sobre diferentes tramites que se realizan en la institución; es decir no se lleva un control del ingreso, proceso y entrega de los mismos, ocasionando descoordinación, pérdida de recursos e insatisfacción.

Determinadas las causas y efectos se puede establecer el problema central de la investigación radica en la insatisfacción que tienen los usuarios en la atención de servicios en la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza, para lo cual es

conveniente formular soluciones apropiadas que ayuden a mejorar el servicio prestado por los servicios recibidos.

1.1.1 Formulación del problema de investigación.

¿Qué elementos se deberá analizar en la prestación de servicios para el Diseño de Estrategias que ayuden a mejorar la atención al usuario de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza?

1.1.2 Delimitación del problema.

El estudio investigativo se lo realiza en la Provincia de Pastaza, ciudad del Puyo en la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza, periodo 2014.

| | |
|-----------------|--|
| Campo | Estrategias de atención al usuario |
| Área | Atención al Usuario |
| Aspecto | Mejorar el servicio de atención al usuario |
| Temporal | Período 2014 |
| Espacial | Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza |

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General.

- Diseñar estrategias para el Mejoramiento de la Atención al Usuario de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza.

1.2.2 Objetivos Específicos.

- Analizar la atención al usuario que brinda la Dirección provincial Agropecuaria de Pastaza.
- Realizar una investigación documentada que permita fundamentar científicamente el objeto de estudio.

- Formular Estrategias apropiadas para el Mejoramiento de la Atención al Usuario de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza.

1.3 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación es original en virtud de que es la única que se ejecutará en la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza.

Este trabajo investigativo se justifica por cuanto, la Universidad entrega a la sociedad profesionales formados con principios, valores y conocimientos teórico prácticos que le permitan desenvolverse eficientemente en el campo laboral, es así que al ponerse en contacto en el entorno del problema, aplicar técnicas de investigación, realizar una propuesta de solución al problema detectado, se estará cumpliendo un requisito necesario y útil como fin de la carrera estudiantil.

Esta investigación es importante por cuanto permitirá el mejoramiento de la Atención al usuario de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza en todos sus aspectos mediante la aplicación de estrategias; beneficiando las diferentes áreas de trabajo de esta institución.

Así también la actualización y desarrollo de los conocimientos, potencialidades y técnicas de trabajo de los empleados en función del mejoramiento de la calidad de los servicios al usuario, permitirá identificar con mayor facilidad las falencias del personal y mejorarlas.

Es factible la investigación puesto que cuenta con suficiente fundamentación de orden científico de gran valía para el estudio investigativo; permitiendo que los empleados de la entidad gubernamental mejoren su servicio de manera eficiente y efectiva.

Con todo lo expuesto se desea cumplir con los objetivos institucionales para afianzarse como institución eficiente, ágil y amigable generando mayor seguridad en el usuario al recibir una atención de calidad en un ambiente cálido

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

2.1.1 Antecedentes Históricos.

(Tubón, 2011) Esta investigación se refiere a la implementación de estrategias dentro de la Industria la Raíz del Jean tiene una disminución de ventas produciéndose el inadecuado servicio al cliente el cual se dará solución mediante estrategias que ayudara mejorar las ventas. Las estrategias está orientado a optimizar la atención al cliente, así brindar un buen servicio y satisfacer las necesidades de cada una de ellos. El objetivo de este trabajo es mejorar el servicio al cliente para que de esta manera incrementar el volumen de venta en la empresa. Se mantendrá a los clientes internos de la Industria, se darán las estrategias y capacitación a todos los vendedores para que atiendan de mejor manera al cliente y tengan siempre presente que sin clientes no hay empresa. La implementación de estrategias beneficiara a la empresa y a los clientes, y de esta manera se sentirán a gusto y su atención será mejor, la comunicación entre vendedores y clientes será más fluida con esto se conseguirá mejorar nuestras ventas. La capacitación e implantación de estrategias son temas que no hay que dejar de lado en una empresa ya que los dos invierten para el desarrollo de la empresa pues para evitar la disminución de las ventas hay que mantener satisfecho al cliente ya que ellos son la razón de la existencia de nuestras empresas, es por esto que se ha visto conveniente elaborar esta investigación.

(Chauca, 2010) Esta investigación destaca la gran importancia que para toda organización consiste, en cuanto a la calidad de servicio con la cual se brinde la atención al cliente, considerando que el cliente es la razón más importante para que una institución avance prósperamente. El que una empresa mantenga como objetivo, la búsqueda de una mejora continua en cuanto al servicio y atención al cliente, conseguirá

marcar la diferencia en el mercado como poseedora de una gran ventaja competitiva, llegando a posicionarse en la mente de sus clientes. Posicionamiento que es lo que con este trabajo, buscamos se consiga dentro del Hospital “Monte Sinaí”, hoy considerado como una Corporación.

(Posso, 2010) La presente tesis examina las necesidades propias del cliente concerniente al negocio de Alquiler de Infraestructura de la empresa CODENSA S.A ESP, buscando la forma de crear un modelo de atención más acorde con la satisfacción de las mismas y capaz de integrar los elementos necesarios para la prestación de un servicio de alta calidad que afiance la relación cliente – proveedor. Para la formulación de este nuevo modelo, se tomaron varios elementos de diagnóstico y la comparación de modelos existentes aplicados a negocios de la misma línea dentro de la empresa, identificando aquellos que proporcionan un mayor valor agregado a cada negocio y de esta forma aplicarlos, lo que conlleva a una reestructuración en las actividades y en los recursos del departamento en estudio, capaces de brindar la eficiencia adecuada para prestar un servicio óptimo. Al compilar la información de los modelos de los otros negocios, con la identificación de las necesidades de los clientes del sector al cual se atiende y teniendo en cuenta los objetivos de la compañía, de la subgerencia y en sí del departamento, se plantea un modelo para la operación de este junto con sus áreas de apoyo para la prestación de un servicio de calidad que optimice recursos e incremente a través de la relación con los clientes la satisfacción de estos y las utilidades del negocio, demostrando la capacidad para proporcionaren forma coherente productos que satisfagan los requisitos del cliente.

(Rosero, 2012) Artículo en el cual se aborda la falta de cultura de servicio al cliente y expone lo siguiente: En el país casi no hay cultura de servicio al cliente, la cual va desde la atención al cliente hasta el servicio postventa. Sin esta cultura, en algunas empresas los vendedores creen que le están haciendo un favor al cliente. Sin embargo, se nota un cambio en empresas privadas y sector público. En donde puedo evidenciar personalmente la carencia de generar un servicio de calidad y excelencia por parte de los servidores públicos basados en un protocolo de servicios que lo ostentan en un letrero, a la entrada y que puede ser leído por los usuarios. Pero parece que para algunos empleados eso solo es una declaración. En conclusión se puede decir que hoy por hoy

en ciertos puestos las personas se limitan a cumplir con su trabajo sin generar ningún valor al mismo demostrando poco interés.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 La Atención al Usuario vs Atención al Cliente.

La atención al usuario son acciones que tienen como objetivo disminuir la diferencia que existe entre lo que espera el cliente de la organización (expectativas) y lo que realmente recibe de ésta. Una buena atención al usuario constituye una ventaja competitiva frente a otras organizaciones; a igual producto, la calidad de atención es lo que diferencia. (Barquero José, Rodríguez De Llauder, Barquero Mario y Huertas Fernando, 2007)

2.2.1.1 ¿Quién es un Usuario?

El diccionario de la Real Academia Española (2014) define el concepto de usuario con simpleza y precisión: Un usuario es quien usa ordinariamente algo. El término, que procede del latín *usuarius*, hace mención a la persona que utiliza algún tipo de objeto o que es destinataria de un servicio, ya sea privado o público.

Kotler (2012) manifiesta que: Un servicio es cualquier acto o desempeño que una persona ofrece a otra y que en principio es intangible y no tiene como resultado la transferencia de la propiedad de nada. La producción del mismo podrá estar enlazada o no a la de un bien físico.

El servicio al cliente, se trata de aquella parte de la organización empresarial que se dedica a satisfacer las necesidades del cliente que lo requiera. Este aspecto resulta complementario a la venta del producto. (Diccionario de Marketing Cultural S.A., 2009)

2.2.1.2 ¿Quién es un Cliente?

En cuanto a quien es un cliente, Barquero José et al. (2007) expresan que la palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a la «persona que depende de». Es decir, mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer.

Sánchez (2010) manifiesta que el término cliente puede tener diferentes significados, sin embargo se utiliza para hacer referencia a las personas o entidades que hacen usufructo de los recursos o servicios que brinda otra.

Cabe mencionar que los especialistas en marketing y ventas (Kotler & Armstrong, 2003), suelen distinguir entre distintas clases de clientes, los clientes activos son los que en la actualidad, concretan compras de manera frecuente y los clientes inactivos, en cambio, hace tiempo que no realizan una compra por lo que es probable que estén satisfaciendo sus necesidades con la competencia.

2.2.1.3 ¿Sabes cuál es la diferencia entre usuario, comprador, cliente y distribuidor?

(Corrales, 2007) Indiscriminadamente se utilizan términos que se refieren a otros personajes de la acción de ventas. Se confunde el término de cliente con el de usuario, o el de comprador con el de consumidor o cliente con consumidor y todos estos con el distribuidor.

Cada uno tiene una ubicación dentro del esquema estratégico, cumpliendo un papel, el cual debe ser reconocido por los actores que intervienen en el escenario comercial y deben ser perfectamente diferenciados por todos los que tienen la responsabilidad de crear o ejecutar las estrategias comerciales de las empresas.

- El Usuario: Es para quién se crean los productos o servicios, son el objeto del diseño, y la conformación de las características físicas y tangibles, dándole, las especificaciones de manufactura y la definición de sus componentes. Corrales, A., et al. (2007)

- El Consumidor: Es el que tiene el poder de definición y aceptación de los argumentos o razones de compra, sobre las cuales basa la compra del producto o servicio; Es a quién se orientan las comunicaciones de mercadeo para lograr su convencimiento y sobre el que se desarrollan los argumentos y elementos que logran posicionar un producto o servicio. Corrales, A., et al. (2007)
- El Comprador: Son todas las personas que ejecutan el acto de compra, quienes físicamente van hasta el lugar en donde se realiza la transacción comercial y se pueden convertir en consumidores. Corrales, A., et al. (2007)
- El Cliente: Se entienden por cliente todos aquellos que ya han tenido experiencias con el producto o servicio que se vende, y que han obtenido buenos resultados, haciéndolos que regresen a la compra del producto, de una forma sistemática o casual, es decir el cliente es el que regresa, el que vuelve por lo que ya conoce. Corrales, A., et al. (2007)
- El Distribuidor: Los distribuidores son inversionistas que invierten dinero, con el propósito de incrementar su monto, a través de la reventa, buscando la satisfacción de los requerimientos de sus propios clientes. Corrales, A., et al. (2007)

2.2.2 Importancia del cliente.

Dar al cliente la importancia que merece significa proporcionar un servicio de calidad, el cual se reflejará en el desempeño y las actitudes de las personas que laboran en el negocio, de su compromiso para atender de la mejor manera a los clientes. Es conveniente ponerse en lugar de nuestros clientes para comprender lo que realmente quiere y espera cada uno de ellos. El cliente es el protagonista de la acción comercial, es la razón de existencia y garantía de futuro de la empresa. (Sánchez Pastrana et al. 2010)

2.2.3 Tipologías de clientes.

Según la autora Carrasco (2013) manifiesta que una forma efectiva de brindar una buena atención y poder concretar una venta de productos o servicios, es conociendo de antemano el tipo o clase de cliente con el que estamos tratando. Sea cual sea el negocio

o público que tengamos, por lo general, todo cliente puede ser clasificado básicamente en 6 tipos o clases según su comportamiento en el momento de compra.

Cuadro 1
Tipologías de clientes y su tratamiento

| Cliente | Características | Forma de tratarlo |
|-----------------------|---|--|
| El cliente Dificil | Cliente que siempre está quejándose de todo, siempre encuentra un defecto hasta en el más mínimo detalle, que nunca queda satisfecho, que cree tener siempre la razón, que no le gusta que lo contradiga, y que puede hasta llegar a ponerse prepotente y agresivo. | Primero es tener paciencia y mantener la calma, no caer en sus provocaciones, ni discutir con él. Debemos mostrar un genuino interés por él, escuchando atentamente sus quejas y resolviéndolas lo más pronto posible, aceptando legalmente sus críticas, dándole la razón aunque en realidad no la tenga, satisfaciendo en lo posible sus reclamos, etc. Una forma efectiva de lidiar con este tipo de cliente, es ofreciéndole un excelente servicio al cliente, de tal manera que sobrepase lo que él esperaba de nosotros. |
| El cliente amigable | Es simpático, cortés, es el cliente que todo negocio siempre quiere tener, aunque en ocasiones puede llegar a ser muy hablador, haciéndonos perder tiempo. | Debemos ser amables y amigables con él, aunque siempre procurando mantener cierta distancia, es decir, no darle demasiada confianza. Debemos procurar seguirlo en su conversación y en sus bromas, pero interrumpirlo cortésmente cuando la conversación se haya prolongado demasiado. |
| El cliente tímido | Es el cliente introvertido, callado, en la mayoría de los casos, inseguro e indeciso. Este tipo de cliente suele tener problemas para decidir su compra, por lo que debemos procurar darle tiempo para que elija el producto indicado, sin interrumpirlo o presionarlo. O, en todo caso, ofrecerle productos concretos y pocas alternativas, de tal manera que se facilite su decisión. | Por lo general, suele ser fácil de convencer, pero si le llegamos a vender un producto que no lo satisface, puede que lo llegue a comprar, pero lo más probable es que no vuelva a visitarnos más. Por lo que debemos tener cuidado siempre de venderle aquello que realmente estaba buscando, y procurar asegurarnos de que haya quedado satisfecho. Nunca aprovecharnos de él. |
| El cliente impaciente | Es el cliente que siempre tiene prisa, es el cliente que quiere entrar al negocio, comprar y salir lo más pronto posible. | Este tipo de cliente exige una atención rápida, por lo que debemos hacerle saber que hemos comprendido que tiene prisa, y procurar atenderlo lo más pronto posible. |
| El Cliente agresivo | Te puede decir o no cuál es su necesidad, pero lo que nunca va a aceptar a la primera es la solución que el comercial le dé. Seguro que va a debatir, objetar, con lo que el comercial deberá conocer perfectamente lo que tiene entre manos y el esfuerzo es duro, más si aún encima es un cliente hostil, con el que ya sufres para identificarle sus verdaderas necesidades. | Si el cliente es muy agresivo hay que quitarle veneno a sus objeciones. ¿Cómo? Dándole la vuelta y transformándolas en preguntas. Así se formula el mismo planteamiento con menos carga negativa, lo que hace que el conflicto entre en una primera vía de solución. |
| El Cliente altivo | Generalmente se trata de un individuo astuto y listo pero no siempre inteligente. Mantiene un aire de superioridad, criticando y despreciando a los demás. | Se debe ser muy profesional, manteniendo la iniciativa en la relación personal, además de centrar los temas en lo concreto manteniendo las distancias. |

Fuente: Carrasco, (2013). Gestión de la atención al cliente/consumidor.
Elaborado: Blanca Gualli

2.2.4 Concepto de calidad en el servicio.

Gutiérrez (2010) explica que para entender el concepto de calidad de servicio se deben conocer primero los conceptos de calidad, servicio y cliente por separado. Se define calidad como la totalidad de funciones, características o comportamientos de un bien o servicio; volverá a elegirlo tantas veces como lo precise en el transcurso de su vida, por lo que el tener una calidad en el presente influye en la visión que se forja de la organización en el futuro, sobre todo en el área de servicios, donde lo que se ofrece es un bien intangible, en consecuencia lo que influye es la idea que nuestros clientes y potenciales clientes tengan del servicio ofrecido.

Una visión actual del concepto de calidad indica que calidad es entregar al cliente no lo que quiere, sino lo que nunca se había imaginado que quería y que una vez que lo obtenga, se dé cuenta que era lo que siempre había querido. (Gutiérrez, 2008)

2.2.4.1 La Calidad en el producto vs calidad en el servicio.

Cuánto más cerca estamos del producto, más importan sus cualidades físicas, cuanto más cerca estamos del servicio, más importan las cualidades personales. (Pizzo, 2009) explica: La calidad en el producto que se ofrece tiene relación con su aspecto, utilidad, resistencia, duración, limpieza, servicio, garantía. En tanto que la calidad en el servicio, se lo debe hacer con rapidez y eficacia, utilizando todos los medios descritos en los puntos anteriores; y, sobre todo si se trabaja ante un público en directo, se debe hacer con simpatía, educación y paciencia, mucha paciencia.

2.2.5 La satisfacción del cliente en productos y servicios.

Tschohl (2000) expresa que la noción de satisfacción del cliente se refiere al nivel de conformidad de la persona cuando realiza una compra o utiliza un servicio. La lógica indica que, a mayor satisfacción, mayor posibilidad de que el cliente vuelva a comprar o a contratar servicios en el mismo establecimiento. Es posible definir la satisfacción del cliente como el nivel del estado de ánimo de un individuo que resulta de la comparación

entre el rendimiento percibido del producto o servicio con sus expectativas. En productos, la satisfacción del usuario depende de factores materiales tangibles, en tanto que en servicios, la satisfacción del usuario depende de la sensación que tiene cuando está con nosotros. La calidad de la persona que presta el servicio es fundamental para que éste nos satisfaga o no, tanto como clientes internos o clientes externos.

2.2.6 Las 4 dimensiones a considerar en la atención al usuario.

Blanco (2007) expresa que el Usuario percibe al producto que agrega valor cuando incluye las cuatro dimensiones de la transacción.

- 1) Material. Productos físicos o tangibles que recibe
- 2) Servicio. Aquellas actividades o tareas de apoyo a otros, ej.: atender el teléfono, procesar información, etc.
- 3) Información. Comunicar sobre hechos concretos, información o proyectos, ej.: valor cuota, horarios de atención, cambios de dirección.
- 4) Reconocimiento. Es allí cuando se reafirma la relación usuario-organización proveedora de servicios, son las acciones positivas y de cortesía, ej.: sonreír, agradecer, comprender.

2.2.7 El mejoramiento en la calidad del servicio al usuario.

Al hablar de mejoramiento esto implica el desarrollo de un proceso permanente, a partir de la aplicación de los instrumentos de garantía de la calidad, con lo cual se identifican tanto las necesidades no satisfechas por los servicios ofrecidos, como las nuevas oportunidades de servicios a los mercados existentes y a los nuevos mercados, servicios de distribución junto con los canales de distribución para que el servicio ofrecido llegue más convenientemente al usuario. (Blanco, 2007)

2.2.8 Las Estrategias.

2.2.8.1 Concepto.

Chandler (2002) manifiesta que: Estrategia es la determinación de los objetivos a largo plazo y la elección de las acciones y la asignación de los recursos necesarios para conseguirlos. Visión global y a largo plazo de un negocio. Conjunto organizado de acciones tácticas encaminadas hacia los objetivos propuestos. En tanto que la estrategia debe ser elaborada e implementada respondiendo a determinadas características: Análisis a fondo, gestión inteligente del personal, intensa concentración, fuerte compromiso y disposición para invertir los recursos que sean necesarios.

2.2.8.2 Enfoques de la Estrategia.

Históricamente el concepto de estrategia ha estado ligado a la dirección de operaciones militares destinadas a lograr objetivos preestablecidos. En el planteamiento de la estrategia se describe que acciones de intervención ayudarán a la organización a cumplir con su misión y organizando para cada estrategia planes y presupuestos, tan detallados como sea necesario. (Sancho, 2002)

Se puede manifestar que existen dos enfoques de la estrategia, la estrategia general y la estrategia empresarial.

La postura a adoptar por el comercial, dependerá de la forma del cliente: Cliente agresivo: Es imposible a simple vista el clasificar a los clientes de esta manera, no obstante, tras un par de minutos sabes qué tipo de cliente tienes enfrente seguro, y sobre todo si el comercial tiene un tiempo de experiencia, y; Cliente altivo: Durante la conversación hemos de presentar los argumentos como si él fuese un elegido, quizás la única persona con derecho a conocer las características de ciertos productos. (Sancho, 2002)

La Estrategia general: Es la encargada de concebir la dirección global de la organización. Su papel se inicia desde la Misión propia de la organización, los valores en los que dicha misión se va a soportar para establecer las políticas generales de la

organización. La estrategia determina y revela el propósito organizativo en términos de objetivos de largo plazo, programas de acción y prioridades de asignación de recursos. Selecciona los negocios y actividades en los que participan o debe participar la Organización. Apunta a desarrollar y fomentar las competencias centrales de la Institución. Es un medio para invertir selectivamente en recursos tangibles e intangibles que garanticen una ventaja competitiva sostenible. (Sancho, 2002)

La Estrategia Empresarial: Actualmente, el entorno cambia muy rápido con la influencia de las nuevas tecnologías en la gestión de las empresas, por ello, todas las empresas precisan tener claro cuál es la razón de ser de su existencia en el mercado y a dónde quiere llegar, cuándo, cómo y con qué recursos humanos y económicos. Además de una buena comunicación interna. La Estrategia empresarial es el complemento de la Estrategia general, permite determinar la forma y secuencia de las operaciones más adecuadas y necesarias para el cumplimiento de los objetivos en cada área de actividad de la organización; correspondiendo su aplicación al líder, director o responsable del área en cuestión. (Sancho, 2002)

2.2.9 Componentes de la Estrategia.

Sancho (2002) comenta que existen cuatro elementos fundamentales en la estrategia que en conjunto forman un todo:

- 1) Visión: Se refiere a la visión que tiene el líder de la empresa a largo plazo de la misma. Así como de los negocios en los que buscará incursionar, cuales dejara de lado, cuales conservara, etc.
- 2) Posicionamiento: Se deberá determinar el posicionamiento necesario para la compañía y también el de sus productos en el consumidor, lo cual se lograra gracias a los “impulsores de posicionamiento,” únicos de la compañía.
- 3) Plan: Después de haber llevado acabo los dos primeros factores, se puede pensar en determinación y aterrizar las metas, las cuales requerirán un plan estratégico.
- 4) Patrón Integrado de Comportamiento: Finalmente se dará la integración total de dichos factores formando la estrategia, la cual deberá ser de conocimiento de todos los integrantes de la compañía poniéndola en práctica. (Sancho, 2002)

2.2.10 Formulación de Estrategias.

Sancho (2002), expresa que para formular las estrategias se debe analizar:

- Todas las políticas y procedimientos, deben estar orientados al cliente.
- Los costes de venta, incluyendo gastos de entrega, determine como va a ofrecer esos servicios de la forma más eficiente posible en la relación costes-resultados.
- Los flujos de trabajo, desarrolle estrategias para establecer el nivel de carga de trabajo que existe.
- La capacidad de la empresa para reaccionar ante eventos inesperados. Elabore un plan de contingencia para afrontar desastres, que le ayude a determinar cómo mantener el servicio.
- Las necesidades y deseos de los clientes. Haga los arreglos necesarios para asegurarse de que el punto de vista de los clientes será tomado en cuenta en sus reuniones.

2.2.11 Desarrollo de estrategias de servicio.

Zeithaml (2002) manifiesta que para el desarrollo de la estrategia del servicio se necesita una sólida visión de los valores, políticas que representa el servicio para su organización. Una estrategia del servicio debe prever una descripción de los clientes, una evaluación de los diferentes aspectos del servicio, la estimación de los niveles de satisfacción que se esperan alcanzar y una previsión del incremento esperado en los beneficios.

Sin una estrategia es difícil elaborar un concepto del servicio, que estimule a los empleados o que elimine los conflictos que pudiesen existir entre las estrategias globales de la empresa y el actual servicio a los clientes o que genere las formas para medir el servicio y la calidad percibida.

2.2.12 Estructuración estratégica del servicio.

Son cuatro los elementos determinantes para la eficaz gestión del marketing en las áreas de servicios, de acuerdo lo dicho por Zeithaml (2002), y además se refiere a:

1. El concepto del servicio: Define las características concretas que debe tener la oferta integral que se hace a los mercados.
2. El servicio base: Define las características del servicio en función de los beneficios esenciales que procuran los clientes.
3. El sistema del servicio: Define la forma como se entregarán a los clientes los beneficios que aporta el servicio base.
4. El encuentro del servicio: Constituye el paso final, la entrega o prestación que hace la empresa a los clientes.

2.2.13 Como elaborar una estrategia.

Zeithaml (2002) detalla que la planificación es un proceso en el cual se definen de manera sistemática los lineamientos estratégicos de la organización, se puede desarrollar guías dedicadas para la acción con la asignación de recursos de forma eficiente, para posteriormente plasmarlos en documentos (planes). La planificación estratégica da claridad sobre lo que se quiere lograr y cómo lo va a conseguir. La estrategia permite responder a las siguientes preguntas:

- ¿Quiénes somos?
- ¿Qué capacidad tenemos y qué podemos hacer?
- ¿Qué problemas estamos tratando?
- ¿Qué influencia queremos causar?
- ¿Qué asuntos críticos tenemos que responder?
- ¿Dónde debemos situar nuestros recursos y cuáles son nuestras prioridades?

Una vez que se han contestado estas preguntas, es posible contestar a lo siguiente:

- ¿Cuál debería ser nuestro objetivo inmediato?
- ¿Cómo tenemos que organizarnos para conseguir nuestro objetivo?

- ¿Quién hace el qué y cuándo? (Zeithaml, 2002)

2.2.13.1 Herramientas para el diseño de las estrategias.

* El diagrama Causa-Efecto. Es una técnica gráfica que enumera y organiza las posibles causas o contribuciones al problema. Ilustra las relaciones entre las causas y es útil en la evaluación de causas adicionales. Se emplea el diagrama de causa y efecto para generar y organizar causas y contribuciones. Luego es posible aislar las causas o contribuciones más probables. Definición: Identifica oportunidades de mejora, Propósito y beneficios. (EDUTEKA, 2007)

* El Análisis FODA. Análisis de la situación interna de la organización. Brinda los elementos para identificar las fuerzas y debilidades de la empresa, así como el análisis de la situación externa de la organización, arrojando como resultado la identificación de oportunidades y amenazas del entorno. Se realiza este análisis con el fin de identificar los principales problemas y alternativas que pueden considerarse para resolverlas mediante la elaboración del plan estratégico. (EDUTEKA, 2007)

* Matriz EFE-EFI. Tiene cierta similitud con el análisis FODA. En este análisis se lo realiza en dos matrices por separado: La matriz de evaluación de los factores internos (EFI) es un instrumento para formular estrategias, resume y evalúa las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de un negocio y además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas mediante la aplicación de juicios intuitivos. En cuanto a la matriz de evaluación de los factores externos (EFE), permite analizar las oportunidades y amenazas que presenta el entorno para una vez analizadas en su conjunto proponer estrategias de solución. (Blogdiario, 2009)

* Matriz del Perfil Competitivo (MPC). Herramienta analítica que identifica a los competidores más importantes de una empresa e informa sobre sus fortalezas y debilidades particulares. Los resultados de ellas dependen en parte de juicios subjetivos en la selección de factores, en la asignación de ponderaciones y en la determinación de clasificaciones, por ello debe usarse en forma cautelosa como ayuda en el proceso de la toma de decisiones. (Blogdiario, 2009)

* Matriz De Posición Estratégica Y Evaluación De La Acción (PEEA). Esta matriz es una herramienta para conocer la tendencia que deben llevar las estrategias; de acuerdo al diagrama esta matriz es un marco de cuatro cuadrantes que muestra si la organización puede diseñar estrategias con tendencia agresiva, conservadora, defensiva o comparativa. (Blogdiario, 2009)

* Matriz BCG. La Matriz de Boston Consulting Group, Matriz BCG o Matriz Crecimiento-Participación se trata de una herramienta gráfica para analizar la cartera de negocios de una empresa desarrollado en la década de los años 70 por The Boston Consulting Group. Esta matriz es un método de análisis estratégico, especialmente diseñado para la planificación estratégica corporativa. No obstante, al estar estrechamente relacionado con el marketing estratégico es una herramienta muy vinculada y empleada en esta área. Este método analítico ayuda a decidir enfoques para las distintas Unidades Estratégicas de Negocio (UEN) y/o carteras de productos, para discernir donde es necesario invertir, desinvertir o llegado el caso abandonar. (Economía Nivel Usuario, 2014)

* Matriz IE. La matriz interna-externa (IE), esta matriz está diseñada para captar un mayor número de información para la toma de decisiones de una cartera de negocios. Se basa en información generada por otras matrices, (de estudio interno, de estudio externo), captando así mayor información, y representándola de una manera gráfica. Su función es facilitar la toma de decisiones. (Wikispaces, 2008)

*Matriz de atención al cliente. Se establece mediante la combinación más adecuada sobre la base de las expectativas de los clientes mediante atributos tangibles e intangibles. Información proporcionada para su diseño de las otras matrices. *Matriz de atención al cliente.* (Wikispaces, 2008)

2.2.14 Marketing de Servicios.

En el Marketing de servicios, los servicios son actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción diseñada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades (Stanton, Etzel y Walker, 2007, p. 301).

La concepción de los servicios como procesos constituye el punto de partida fundamental y necesaria para alcanzar el objetivo deseado, para estructurar un eficaz sistema de gestión. Los servicios son intangibles y muchas veces se hace difícil concebirlos como lo que en realidad son; es decir, como una secuencia de pasos físicos y concretos que pueden ser identificados, descritos, medidos y evaluados con total precisión.

2.2.14.1 Naturaleza del servicio.

Zeithaml, Bitner, (2002) expresan que la atención al cliente es un servicio que prestan las empresas comprometidas con la satisfacción de sus clientes. Por su propia naturaleza la atención al cliente cumple con las siguientes características de los servicios:

- Es intangible.
- Es intransferible.
- El servicio no realizado se pierde.
- El servicio no se puede probar.
- El cliente acude al lugar donde se preste el servicio.
- La presencia del cliente es indispensable para que se produzca el servicio.

Todas las funciones que lleva a cabo el departamento de servicio al cliente están dirigidas a la relación directa con los clientes, por tanto las personas encargadas de desempeñarlas deben estar capacitadas para conseguir la percepción de esos atributos por parte del cliente.

- Confianza
- Competencia
- Cortesía
- Agilidad
- Disponibilidad
- Accesibilidad
- Capacidad de Comunicación

2.2.14.2 Propiedades de los Servicios.

Crespo (2009) en su libro Marketing de Servicios manifiesta sobre las propiedades del servicio lo siguiente:

- Los servicios son intangibles
- Los servicios se prestan por única vez
- Los servicios se producen y consumen de forma simultánea
- En el proceso de prestación de servicios juega un papel importante el cliente
- Una vez prestado el servicio no se puede corregir
- Para garantizar la calidad en la prestación del servicio hay que planificar la prestación de este con bastante anterioridad
- Deben establecerse responsabilidades concretas para satisfacer las características y expectativas del cliente.
- La prestación del servicio es muy personal, es decir la calidad casi está determinada por un servicio que se presta de manera personal.

2.2.14.3 Elementos del marketing Mix en los servicios.

Zeithaml Valaire et al. (2002), se refieren a las enseñanzas clásicas del marketing en donde nos dicen que los cuatro elementos del marketing Mix (las "4P") son: Producto, Precio, Plaza (o Distribución) y Promoción (o Comunicación). Como resultado de las debilidades identificadas en el modelo clásico del marketing Mix, en la actualidad se ha llegado a una conceptualización aplicada al marketing de servicios: Basada en ocho elementos que integran lo que se conoce como Marketing Mix ampliado:

- Producto/Servicio Base
- Personas
- Precio
- Procesos
- Distribución (Plaza)
- Prestación/Entrega
- Comunicación (Promoción)

- Physical Evidences (Elementos Físicos).

2.2.15 Entorno y competitividad.

En la actualidad la batalla por la repetición de los pedidos es crucial para el éxito a largo plazo en mercados que son altamente competitivos, el servicio al cliente no solo es una ventaja competitiva, en muchos sectores el servicio es el nuevo estándar que utilizan los clientes para juzgar a su empresa.

Castelazo, R. (2013) La calidad del servicio ha llegado a ser, para el éxito de las empresas, más importante que la calidad del producto. Y las empresas que van por delante en el camino del servicio excelente tendrán una ventaja competitiva muy poderosa respecto a las que se hayan quedado rezagadas.

2.2.16 Las Normas ISO.

(Translation Management Group, 2009) expresa que la ISO (International Standarization Organization) es la entidad internacional encargada de favorecer la normalización en el mundo. Con sede en Ginebra, es una federación de organismos nacionales, éstos, a su vez, son oficinas de normalización que actúan de delegadas en cada país, como por ejemplo: AENOR en España, AFNOR en Francia, DIN en Alemania, etc. con comités técnicos que llevan a término las normas. Se creó para dar más eficacia a las normas nacionales.

2.2.16.1 Las Normas ISO 9000.

La serie ISO 9000 es un conjunto de cuatro normas relacionadas entre sí, son normas genéricas, no específicas que permiten ser usadas en cualquier actividad ya sea industrial o de servicios. Su importancia reside en que se aplican para el desarrollo e implementación de sistemas de aseguramiento de la calidad y mantener la eficiencia dentro de la organización. Siendo consideradas normas prácticas ya que por su sencillez han permitido su aplicación generalizada sobre todo en pequeñas y medianas empresas.

2.2.16.2 Las Normas ISO 9001.

La Norma ISO 9001:2008 establece los requisitos para un Sistema de Gestión de Calidad. Hoy en día la calidad se ha vuelto una condición básica para la supervivencia de las organizaciones, sean éstas públicas o privadas, razón suficiente para servir de mejor manera a nuestros clientes en el mercado. Se observa que los clientes y usuarios son cada vez más exigentes, requieren de respuestas concretas cuando se trata de calidad de los productos y de los servicios que reciben.

Estas normas aportan las reglas básicas para desarrollar un Sistema de Gestión de Calidad, totalmente independientes del fin de la empresa o del producto o servicio que proporcione. Dichos estándares son aceptados en todo el mundo como un lenguaje común que garantiza la calidad continua de los productos y servicios que ofrece una organización. (Translation Management Group, 2009)

2.2.16.3 Las Normas ISO 9000:2000.

Estas normas cumplen la función que tenían las del año 1994 que se refieren a los requisitos para la implementación de un sistema de calidad. Debido a los constantes cambios que surgen en la estructura de las normas también se han visto afectadas, para reflejar modernos enfoques de gestión y para mejorar las prácticas organizativas. Aunque se mantienen los requisitos esenciales, las ISO 9000:2000 están compuestas por cuatro normas básicas y complementadas con un número reducido de documentos que establecen las siguientes características: Incrementar el compromiso de la dirección, orientar los procesos, incluir la satisfacción de los usuarios y la mejora continua. (Semilla, 2014)

2.3 MARCO CONCEPTUAL

- **Atención:** Acción de atender. Brindar cortesía, urbanidad, demostración de respeto.
- **Calidad:** propiedad atribuida a un servicio, actividad o producto que permite apreciarlo como igual, mejor o peor que otros. Es el grado en que un servicio cumple los objetivos para los que ha sido creado. La satisfacción de los usuarios es un componente importante de la calidad de los servicios.
- **Calidad percibida:** Básicamente consiste en la imagen o el concepto de la calidad de un servicio que tienen sus usuarios. Incluye aspectos científico-técnicos, (fiabilidad, capacidad de respuesta, competencia profesional...), aspectos relacionados con la relación y comunicación con los profesionales, (trato, amabilidad, capacidad de escucha, empatía, interés...) y aspectos sobre el entorno de la atención, (ambiente, decoración, comida, limpieza).
- **Cliente:** Aquella persona natural o jurídica que realiza la transacción comercial denominada compra.
- **Competencia:** Capacidad y aptitud para realizar una tarea o desempeñar unas funciones de manera correcta y adecuada.
- **Estrategias:** Arte de proyectar y dirigir las operaciones militares en la guerra. Modo o sistema de dirigir un asunto para lograr un fin.
- **Garantía:** Acción y efecto de asegurar lo estipulado.
- **Mejora:** Acciones encaminadas a incrementar la calidad de los servicios y, por tanto, a incrementar la satisfacción de los profesionales y de los usuarios.
- **Satisfacción:** Estado en el que se encuentran los usuarios cuando al prestarles un servicio determinado quedan cubiertas sus expectativas, o incluso se les da algo más de lo que ellos esperaban encontrar.
- **Usuario:** Que usa normalmente una cosa o se sirve habitualmente de ella.

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 HIPÓTESIS A DEFENDER

3.1.1 Hipótesis General.

- El diseño de estrategias para el mejoramiento de la atención por parte de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza, contribuirá a la gestión elevando los niveles de satisfacción de los usuarios.

3.1.2 Hipótesis Específicas.

- La recopilación y análisis de información de todos los aspectos relacionados a una excelente atención al usuario permitirá desarrollar nuevas acciones para mejorar el trabajo de los empleados de la institución.
- Realizar un diagnóstico de la situación actual de la atención al usuario, permitirá encontrar excelentes alternativas de mejora, en el trabajo de los empleados de la institución.
- Al proporcionar alternativas para una mejor atención a los usuarios se espera elevar el nivel de satisfacción en los mismos.

3.2 VARIABLES

3.2.1 Variable Independiente.

- Estrategias de la atención al usuario.

3.2.2 Variable Dependiente.

- Mejoramiento de la atención al usuario

3.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

La investigación se centra en las necesidades de la institución y de los usuarios, recalcando la resistencia que producen los cambios al momento de generar mejora; ampliándose en base a las dos variables planteadas: Estrategias y Mejoramiento de atención al usuario. Por tal razón la modalidad que se propone para este trabajo investigativo es de tipo proyectiva con base en un estudio de campo.

Según Hurtado (2000) la investigación proyectiva consiste en la elaboración de una propuesta o de un modelo como solución a un problema o necesidad de tipo práctico ya sea de un grupo social o una institución en un área particular del conocimiento a partir de un diagnóstico preciso de las necesidades del momento, los procesos explicativos o generadores involucrados y las tendencias futuras (p. 325)

3.3.1 Tipo de Estudio de Investigación.

3.3.1. Investigación Exploratorio.

Se realiza este estudio en razón de que la investigación es única en su aplicación, se la aplica en la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza, la misma que se ha identificado insatisfacción que tienen los usuarios en la atención de servicios, utilizando para ello metodología que garantice un mejor trabajo en la institución.

3.3.1.2 Investigación Descriptiva.

Se aplica el estudio descriptivo el cual permite describir todas las actividades detectadas en la institución apegadas a la realidad, manifestadas por los usuarios internos y externos, y cuyas revelaciones influyen en el desarrollo integral de la población objeto de estudio.

3.3.2 Diseño de la investigación

3.3.2.1 Investigación de Campo.

Se utiliza la investigación de campo porque permite obtener información directa de los usuarios de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza, situados en la zona rural de la provincia así como los servidores públicos, es decir en el lugar donde se producen los hechos, en la Provincia de Pastaza y la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza.

3.3.2.2 Investigación Bibliográfica-Documental.

En este estudio se utiliza la investigación bibliográfica y documental, a través de ella se obtiene la información necesaria en las diferentes fuentes como libros, revistas, internet, publicaciones, documentos propios de la institución, etc., sobre temas relacionados con atención al cliente, calidad en el servicio, normas ISO para la calidad, Estrategias. Toda esta información permite conocer de una forma amplia los conceptos que se manejan y posteriormente emitir juicios de valor que den soporte a la interpretación en los resultados.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1 Población.

En esta investigación se ha considerado a dos grupos que intervienen en el estudio: Los funcionarios de la institución, y; la población dedicada a la actividad agrícola en ciudad del Puyo, Provincia de Pastaza.

- El primer grupo lo constituyen 47 personas, universo total de estudio de la Dirección Provincial de Pastaza.
- El segundo grupo tiene un universo de estudio de 9.161 habitantes considerados por rama de actividad de primer nivel conformado por Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca, situación que hace necesario el cálculo de la muestra.

3.4.2 Muestra.

Para este cálculo se considera a un grupo de personas homogéneo, con características similares; empleando el método REDATAM, y la aplicación de formula.

El método REDATAM, cuyo acrónimo está formado por Recuperación de Datos para Áreas pequeñas por Microcomputador, trata de un sistema amigable e interactivo que permite al público general acceder al procesamiento de información de micro datos de censos, encuestas, estadísticas vitales y otras fuentes de datos, a partir de una estructura jerárquica, con desagregación geográfica hasta niveles como las manzanas de una ciudad. Ello permite análisis locales, regionales y nacionales. Hoy en día 18 países de América Latina y El Caribe tienen los resultados de sus censos de la ronda del 2000 y anteriores disponibles para procesamiento en línea a través de sus portales de Internet utilizando la plataforma REDATAM Web Server, y se está ampliando con varios países de África y Asia. (Tutoriales/Procesos, 2014)

Cuadro 2

POBLACIÓN DE PASTAZA SEGÚN RAMA DE ACTIVIDAD

Fuente: CEPAL/CELAPE Redatam+SP1/72015
Elaborado: Blanca Gualli

| CEPAL/CELAPE Redatam+SP 1/7/2015 | | | |
|--|-------|---------|-------------|
| Base de datos | | | |
| C:\Program Files (x86)\INEC\CPV2010\BasePub\CPV2010ECU_Pub.dic | | | |
| Área Geográfica | | | |
| C:\Program Files (x86)\INEC\CPV2010\PASTAZA.sel | | | |
| Frecuencia | | | |
| de PERSONA.RAMACT (Rama de actividad (Primer nivel)) | | | |
| Rama de actividad (Primer nivel) | Casos | % | Acumulado % |
| 1. Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca | 9,161 | 27.42 % | 27.42 % |

Formula:

$$n = \frac{(N * Z^2) * p q}{(Z^2 * p q + (N-1) e^2)}$$

Donde:

N = Total de la población

N = 9.161

Z² = Nivel de confianza

Z² = 1,96²

p = Probabilidad

p = 0,5

q = No probabilidad

q = 0,5

n = Tamaño de la muestra

n = ¿?

e² = Error muestra

5% = 0,05 = 0,0025

Para el cálculo de la muestra se considera un nivel de confianza del 1.96% que equivale a 3,8416 con una probabilidad del 0.5 y una no probabilidad del 0.5, además se ha establecido un error muestra del 0.05 para mantener un equilibrio en sus datos.

Cálculo:

$$n = \frac{(N * Z^2) * p q}{(Z^2 * p q + (N-1) e^2)}$$

$$n = \frac{((9.161 * 3,8416) * 0,5 * 0,5)}{(3,8416 * 0,5 * 0,5) + (9.161 - 1) 0,0025)}$$

$$n = \frac{8.798,22}{n = 368,737}$$

n = 369 Encuestas.

Se aplicará la encuesta a 369 usuarios

3.5 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.5.1 Métodos.

Los métodos que se plantea en esta investigación ayudarán a comprender de mejor forma la problemática detectada y buscar soluciones a la misma.

3.5.1.1 Método Teórico.

La aplicación de este método permite descubrir en el problema de investigación que se relaciona con la insatisfacción de los usuarios por el servicio recibido en la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza apoyándose para su análisis básicamente en los procesos de estudio, meditación, intuición y toma de decisiones.

3.5.1.2 Método Analítico-Sintético.

Mediante este método se revisa ordenadamente cada uno de los hallazgos encontrados que originan el problema, fundamentándose en la extracción de toda la información y posteriormente estudiarla y examinarla por separado sin perder la relación existente de todos los elementos que lo conforman; aplicando un resumen de todo lo investigado para un análisis previo de resultados.

3.5.1.3 Método Inductivo-Deductivo.

Este método admite un juicio racional de todo lo observado y recopilado; trata de un estudio minucioso de toda la información obtenida por separado, haciendo un análisis punto por punto para llegar a un conocimiento integral el cual ayuda para el diseño de la hipótesis a ser comprobada.

3.5.2 Técnicas e Instrumentos.

En el presente estudio de investigación se utiliza las siguientes técnicas:

3.5.2.1 La Técnica de la Encuesta.

Mediante esta técnica se recogerá toda la información que se requiere de la población objeto de estudio. Se constituye en un trabajo de campo y permite la búsqueda

ordenada de información para su posterior análisis. Esta técnica se aplica a los usuarios del servicio de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza en la zona rural.

3.5.2.2 La Técnica de la Entrevista a Profundidad.

Consiste en un juego conversacional; es un dialogo preparado, diseñado y organizado en el que intervienen el entrevistado y entrevistador (investigador). La misma que se aplica a los empleados y servidores públicos de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza.

3.5.2.3 La Técnica de la Observación Estructurada.

Técnica que consiste en observar a los empleados como parte activa para el mejoramiento que se desea efectuar dentro de la institución objeto de estudio.

3.5.3 Instrumentos.

Los instrumentos o herramientas para la recolección de la información en la presente investigación lo constituyen cuestionarios diseñados empleando una escala psicométrica comúnmente utilizada en cuestionarios para la investigación, denominada Escala de Likert, consiste en un listado de preguntas a ser respondido en mismo que especifica la calificación que se otorga a los servicios recibidos en la institución, los mismos que van en una escala del 1 al 5. Cada uno de ellos con su significado. Así también la ficha de observación preparada para el estudio.

CAPITULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 METODOLOGIA, GUIA Y/O PROCEDIMIENTO DE IMPLEMETANCIÓN DE LA PROPUESTA

La metodología para llevar a cabo la propuesta para el trabajo de Titulación Estrategias para el mejoramiento de la Atención al usuario de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza, se basa desde el planteamiento del problema hasta la elaboración del reporte de resultados.

4.1.1 Análisis de resultados de la Encuesta de satisfacción aplicada a los usuarios de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza en el cantón Pastaza.

1.- Califique el trato y la atención del funcionario cuando acudió al MAGAP?

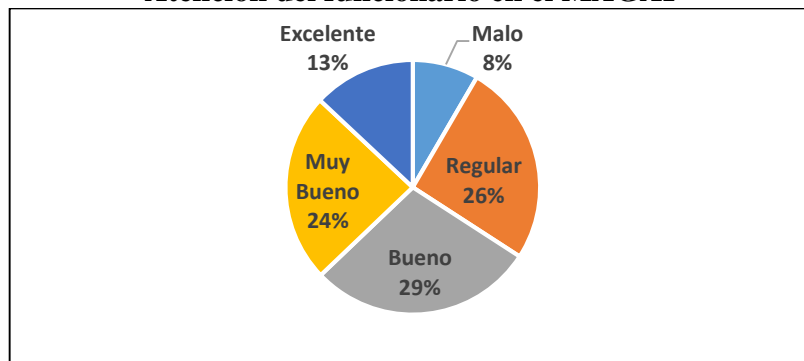
Tabla 1
Atención del funcionario en el MAGAP

| Calificación | fa | Fr |
|---------------------|-----------|-----------|
| Malo | 31 | 8% |
| Regular | 95 | 26% |
| Bueno | 106 | 29% |
| Muy Bueno | 89 | 24% |
| Excelente | 48 | 13% |
| Total | 369 | 100% |

FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Grafico 1
Atención del funcionario en el MAGAP



FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis e Interpretación

En la pregunta que se refiere al trato y la atención del funcionario en la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza, los usuarios respondieron en un 29% que es Bueno y Regular, un 24% expresan que es Muy Bueno, 13% responden con Excelente y 8% manifiesta que malo.

Los usuarios en su mayoría no se encuentran totalmente satisfechos con el trato y atención brindada por los funcionarios de la institución ya que la información revela que no hay mayor diferencia entre bueno y regular, por tanto se debe comprometer a los funcionarios a mejorar en el trato y atención.

2.- ¿El nivel de satisfacción por la información suministrada fue?

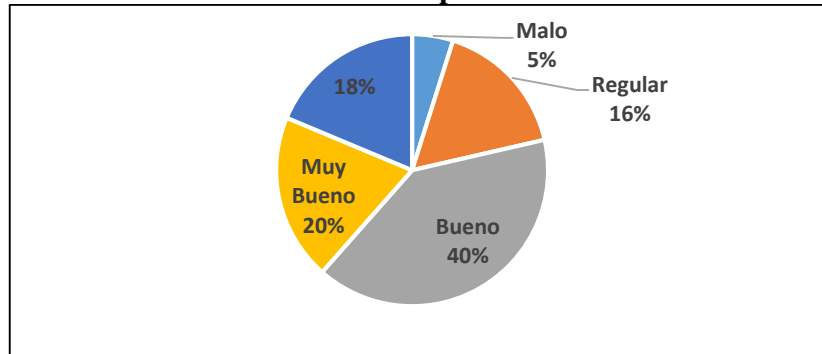
Tabla 2
Nivel de satisfacción por la información

| Calificación | Fa | Fr |
|---------------------|-----------|-----------|
| Malo | 18 | 5% |
| Regular | 61 | 16% |
| Bueno | 148 | 40% |
| Muy Bueno | 73 | 20% |
| Excelente | 69 | 18% |
| Total | 369 | 100% |

FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Grafico 2
Nivel de satisfacción por la información



FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis e Interpretación

Respondiendo a la pregunta sobre el nivel de satisfacción por la información suministrada, las personas encuestadas respondieron en un 40% con Bueno, en un 20% Muy Bueno, el 19% con Excelente, 18% Regular y el 5% con Malo.

Se puede establecer que el nivel de satisfacción generado en los usuarios en su mayoría no llena sus expectativas en cuanto a la información entregada por los funcionarios en razón, se hace necesario que se aplique los principios de la administración para superar esta falencia y alcanzar los objetivos institucionales.

3.- ¿El tiempo en la atención al trámite y/o servicio fue?

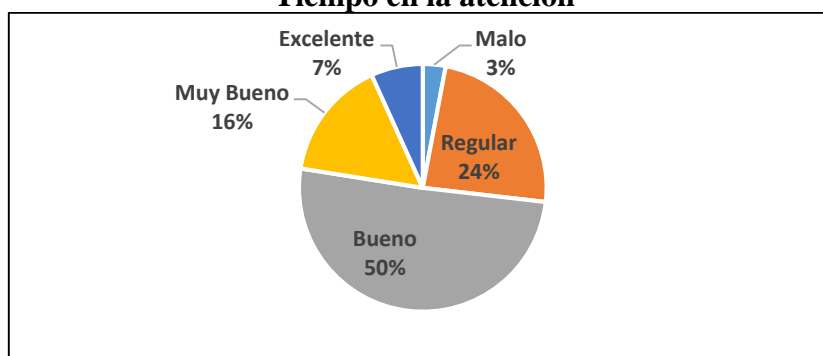
Tabla 3
Tiempo en la atención

| Calificación | fa | Fr |
|---------------------|-----------|-----------|
| Malo | 11 | 3% |
| Regular | 88 | 24% |
| Bueno | 187 | 50% |
| Muy Bueno | 58 | 16% |
| Excelente | 25 | 7% |
| Total | 369 | 100% |

FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Grafico 3
Tiempo en la atención



FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis e Interpretación

Respondiendo a la pregunta referente al tiempo en la atención al trámite y/o servicio, los encuestados respondieron en un 50% con Bueno, en un 24% Regular, el 15% con Muy bueno, el 7% con excelente y el 3% con Malo.

Se evidencia en la mayoría de usuarios que no se sienten tan complacidos en cuanto al tiempo en la atención al trámite y/o servicio, considerando que existe demora en cada trámite por tanto se deberá evaluar y optimizar el tiempo en función de la atención brindada para superar esta debilidad.

4.- ¿Cómo califica la respuesta que da el funcionario a sus dudas respecto a su problema?

Tabla 4
Respuesta a sus dudas respecto a su problema

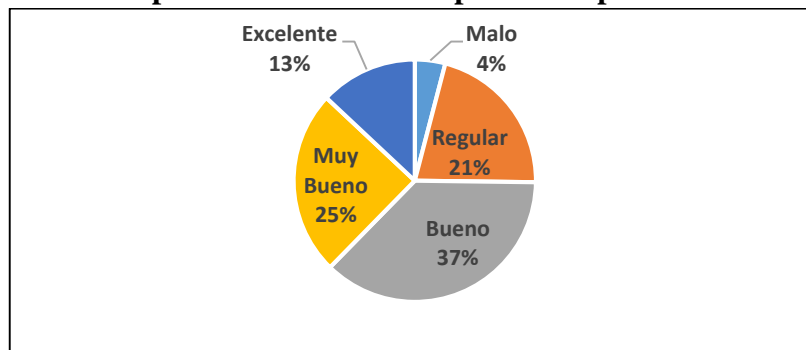
| Calificación | fa | Fr |
|---------------------|-----------|-----------|
| Malo | 15 | 4% |
| Regular | 78 | 21% |
| Bueno | 137 | 37% |
| Muy Bueno | 91 | 25% |
| Excelente | 48 | 13% |
| Total | 369 | 100% |

FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Grafico 4

Respuesta a sus dudas respecto a su problema



FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis e Interpretación

En respuesta a la interrogante ¿Cómo califica la respuesta que da el funcionario a sus dudas respecto a su problema?, los encuestados respondieron en un 37% con Bueno, 21% con Regular, 25% con Muy bueno, 13% Excelente y el 4% con Malo.

Se evidencia que en la mayoría de usuarios no existe satisfacción en la aclaración de dudas a sus problemas por tanto es importante dotar a los funcionarios de la información y sobre todo de la forma de trasmitirla para no tener este tipo de inconvenientes y puedan desempeñarse eficientemente en su trabajo.

5.- ¿La explicación e importancia que el funcionario da a sus problemas, usted cómo califica?

Tabla 5
Explicación e importancia a sus problemas

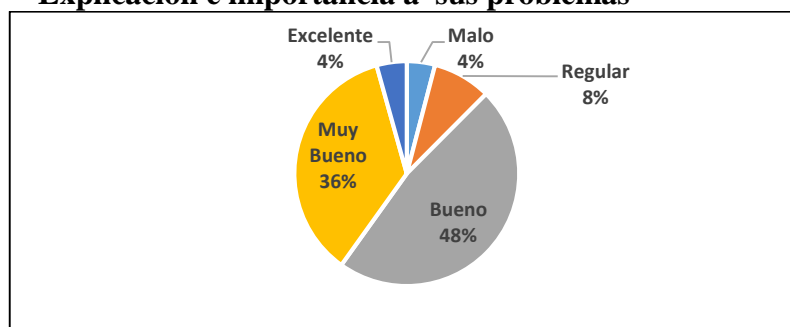
| Calificación | Fa | fr |
|--------------|-----|------|
| Malo | 15 | 4% |
| Regular | 31 | 8% |
| Bueno | 175 | 48% |
| Muy Bueno | 132 | 36% |
| Excelente | 16 | 4% |
| Total | 369 | 100% |

FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Grafico 5

Explicación e importancia a sus problemas



FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis e Interpretación

En esta pregunta sobre la explicación e importancia que el funcionario da a sus problemas, los indagados respondieron en un 48% con Bueno, en un 36% Muy Bueno, el 8% con Regular, el 4% con Excelente y en un 4% Malo.

Se establece con los datos obtenidos que en la mayoría de usuarios no sienten mayor interés del funcionario hacia sus problemas, generando insatisfacción y descontento de parte de la comunidad de usuarios de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza.

6.- ¿El cumplimiento respecto a horarios de atención al público lo estima?

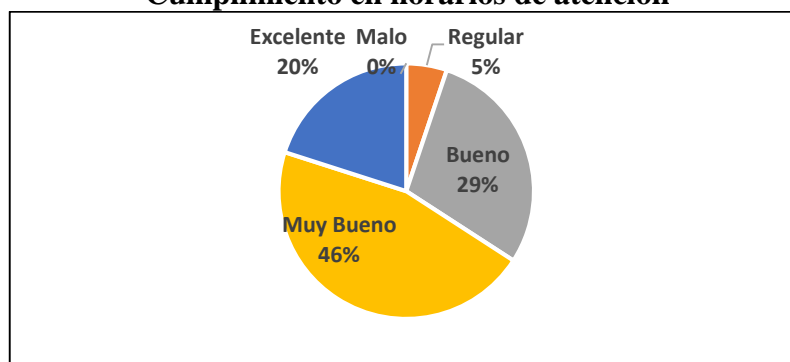
Tabla 6
Cumplimiento en horarios de atención

| Calificación | fa | Fr |
|--------------|-----|------|
| Malo | 0 | 0% |
| Regular | 19 | 5% |
| Bueno | 107 | 29% |
| Muy Bueno | 169 | 46% |
| Excelente | 74 | 20% |
| Total | 369 | 100% |

FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Grafico 6
Cumplimiento en horarios de atención



FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis e Interpretación

En la pregunta referente al cumplimiento de horarios de atención los usuarios de la institución respondieron en un 46% con Muy Bueno, el 29% responde con Bueno, el 20% lo considera regular y el 5% Malo.

Observación que ayuda a precisar que los usuarios en su mayoría están satisfechos con los horarios de atención al público, gracias al cumplimiento que la institución da la LOSEP.

7.- ¿La presentación de quejas o sugerencias, usted lo considera?

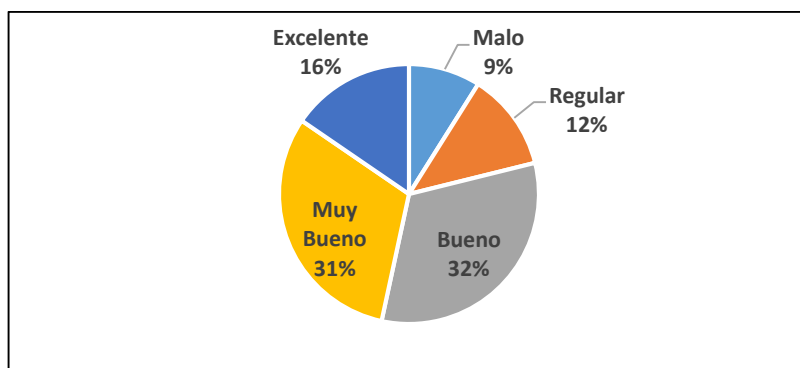
Tabla 7
Presentación de Quejas o Sugerencias

| Calificación | fa | Fr |
|---------------------|-----------|-----------|
| Malo | 33 | 9% |
| Regular | 45 | 12% |
| Bueno | 119 | 32% |
| Muy Bueno | 115 | 31% |
| Excelente | 57 | 16% |
| Total | 369 | 100% |

FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Grafico 7
Presentación de Quejas o Sugerencias



FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis e Interpretación

En la pregunta concerniente a la presentación de quejas o sugerencias las personas encuestadas respondieron en un 32% Bueno, el 31% con Muy Bueno, el 16% Excelente, el 12% Regular y el 9% Malo.

En esta pregunta se observa que un porcentaje elevado de encuestados está de acuerdo con la presentación de quejas y sugerencias, en tanto que los demás encuestados no lo consideran como algo productivo.

8.- ¿Cómo califica la importancia que el MAGAP da a las quejas y sugerencias realizadas?

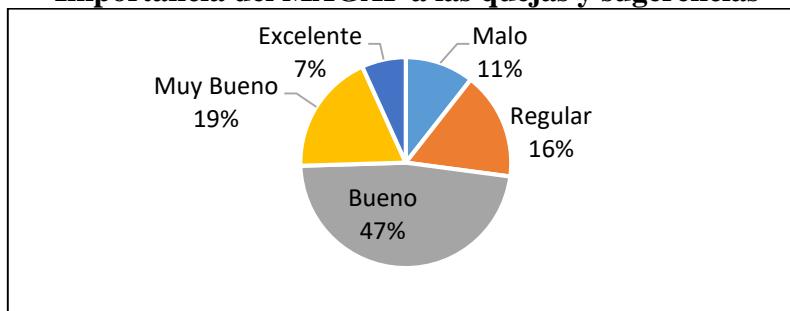
Tabla 8
Importancia del MAGAP a las quejas y sugerencias

| Calificación | fa | Fr |
|---------------------|-----------|-----------|
| Malo | 39 | 11% |
| Regular | 61 | 16% |
| Bueno | 175 | 47% |
| Muy Bueno | 69 | 19% |
| Excelente | 25 | 7% |
| Total | 369 | 100% |

FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Grafico 8
Importancia del MAGAP a las quejas y sugerencias



FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis e Interpretación

En la pregunta referente a la importancia que el MAGAP da a las quejas y sugerencias realizadas, los encuestados respondieron en un 47% con Bueno, el 19% lo evalúa con Muy bueno, el 17% Regular, el 11% Malo, y el 7% con Excelente.

La mayoría de encuestados consideran que no se da mayor importancia a las quejas y sugerencias que hacen los usuarios, por tanto muchas veces ni hacen uso del buzón, sin embargo para la institución es importante conocer los problemas existente para tomar los correctivos necesarios.

9.- ¿Cómo califica la atención telefónica entregada?

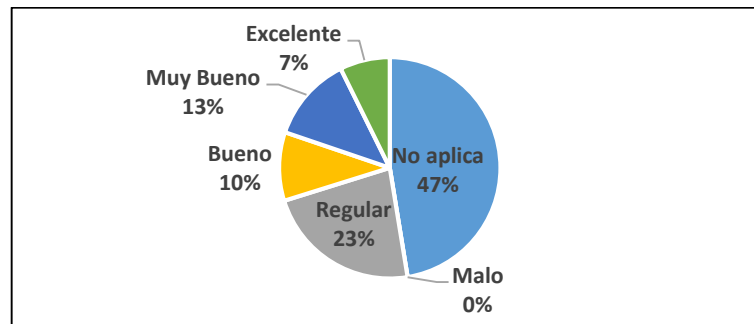
Tabla 9
Atención telefónica

| Calificación | fa | Fr |
|---------------------|-----------|-----------|
| No aplica | 175 | 47% |
| Malo | 0 | 0% |
| Regular | 84 | 23% |
| Bueno | 37 | 10% |
| Muy Bueno | 46 | 13% |
| Excelente | 27 | 7% |
| Total | 369 | 100% |

FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Grafico 9
Atención telefónica



FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis e Interpretación

La evaluación que dan los encuestados a la pregunta sobre la calificación dada a la atención telefónica, manifiestan en un 47% que no aplica, el 23% lo califica con Regular, el 12% con Muy Bueno, el 10% con Bueno y el 7% con Excelente.

Esto significa que los usuarios en su mayoría no utilizan este medio, la relación con la institución es directa, en tanto que los sí han utilizado este medio de contacto no están satisfechos totalmente con la atención telefónica entregada por tanto se debe fortalecer los canales de atención para mejorar el servicio.

10.- La aplicación de conocimientos y profesionalismo del funcionario en el desarrollo de su trabajo es?

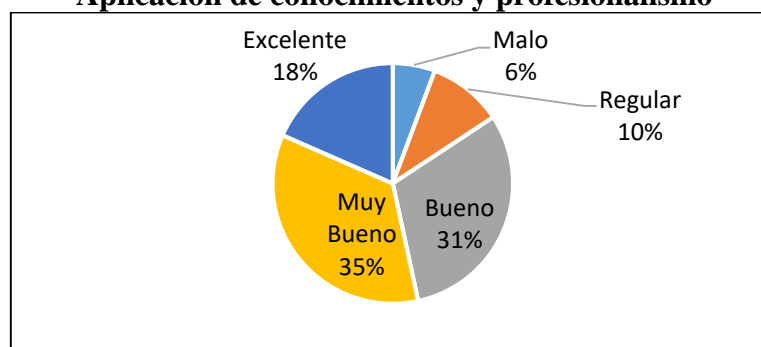
Tabla 10
Aplicación de conocimientos y profesionalismo

| Calificación | fa | Fr |
|--------------|-----|------|
| Malo | 21 | 6% |
| Regular | 37 | 10% |
| Bueno | 114 | 31% |
| Muy Bueno | 129 | 35% |
| Excelente | 68 | 18% |
| Total | 369 | 100% |

FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Grafico 10
Aplicación de conocimientos y profesionalismo



FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis e Interpretación

Los encuestados consideran que la aplicación de conocimientos y profesionalismo del funcionario en el desarrollo de su trabajo, lo consideran en un 35% Muy bueno, el 31% bueno, el 18% Excelente, en un 10% Regular y el 6% Malo.

En su mayoría los encuestados consideran que los conocimientos si permiten mejorar el profesionalismo de los funcionarios, sin embargo deben trabajar mejor para lograr la satisfacción total.

11.- ¿Cómo evalúa la preocupación del funcionario por resolver su necesidad?

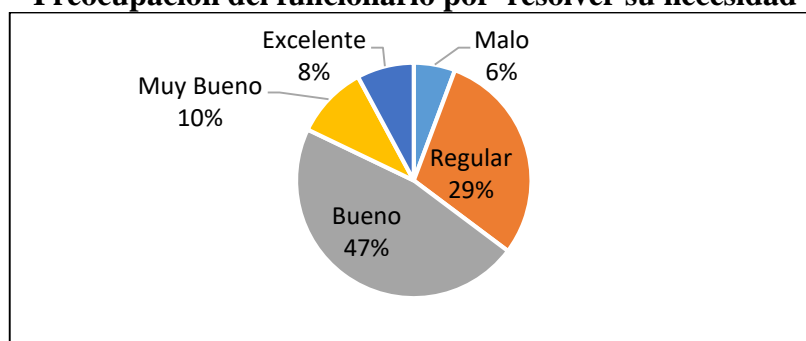
Tabla 11
Preocupación del funcionario por resolver su necesidad

| Calificación | fa | fr |
|---------------------|-----------|-----------|
| Malo | 21 | 6% |
| Regular | 109 | 29% |
| Bueno | 173 | 47% |
| Muy Bueno | 37 | 10% |
| Excelente | 29 | 8% |
| Total | 369 | 100% |

FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Grafico 11
Preocupación del funcionario por resolver su necesidad



FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis e Interpretación

La evaluación que dan los usuarios sobre la preocupación del funcionario por resolver su necesidad, expresan en un 47% con Bueno, el 29% con Regular, el 10% con Muy bueno, el 8% con Excelente y el 6 % lo evalúa con Malo.

En términos generales, la mayoría de encuestados manifiesta no sentir esta preocupación por parte del funcionario al darle una calificación de bueno generando insatisfacción en los mismos, en tanto que el 18% de usuarios manifiesta que si ha sentido esa preocupación por parte del funcionario.

12.- ¿El espacio físico y ambiente de trabajo del funcionario lo considera?

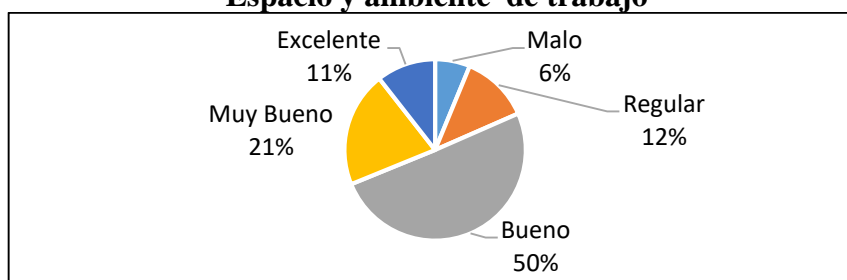
Tabla 12
Espacio y ambiente de trabajo

| Calificación | fa | fr |
|---------------------|-----------|-----------|
| Malo | 23 | 6% |
| Regular | 45 | 12% |
| Bueno | 186 | 50% |
| Muy Bueno | 76 | 21% |
| Excelente | 39 | 11% |
| Total | 369 | 100% |

FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Grafico 12
Espacio y ambiente de trabajo



FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis e Interpretación

Los encuestados consideran que el espacio y ambiente de trabajo del funcionario lo valoran en un 50% con Bueno, el 21% lo evalúa con Muy Bueno, el 12% lo considera Regular, el 11% Excelente, y; el 6% lo considera Malo.

En su mayoría la población encuestada no está de acuerdo con el espacio y ambiente que presenta la institución; es importante considerar que si se desea obtener un buen trato y servicio el ambiente también influye en el ánimo de sus funcionarios.

13.- ¿Considera que la información que contiene la página web de la institución es?

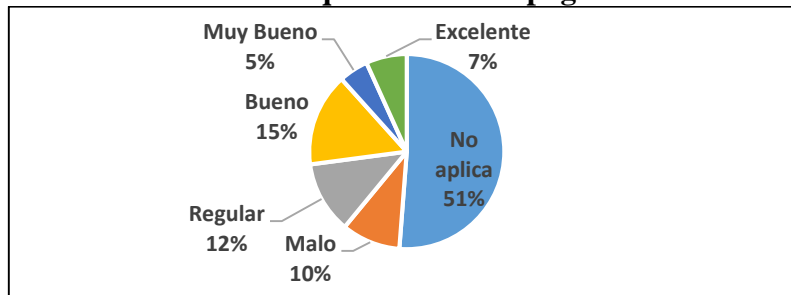
Tabla 13
Información que contiene la página web

| Calificación | fa | Fr |
|---------------------|-----------|-----------|
| No aplica | 189 | 51% |
| Malo | 36 | 10% |
| Regular | 44 | 12% |
| Bueno | 57 | 15% |
| Muy Bueno | 18 | 5% |
| Excelente | 25 | 7% |
| Total | 369 | 100% |

FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Grafico 13
Información que contiene la página web



FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis e Interpretación

Los usuarios encuestados manifiestan en un 51% que no aplica, el 15% considera que la información en la página web institucional es Buena, el 12% lo evalúa con Regular, el 10% responde que es Malo, el 7% lo considera Excelente y el 5% con Muy Bueno.

Se obtiene de acuerdo a la información proporcionada que la mayoría de usuarios no han ingresado a la página web, en tanto que en otro grupo de la población considera que debe realizarse mejoras para que sea más atractiva a la vista y contenga información actualizada sobre las actividades de la institución.

14.- ¿Qué calificación le da a la aplicación al desempeño del funcionario en la atención y servicio entregado a usted?

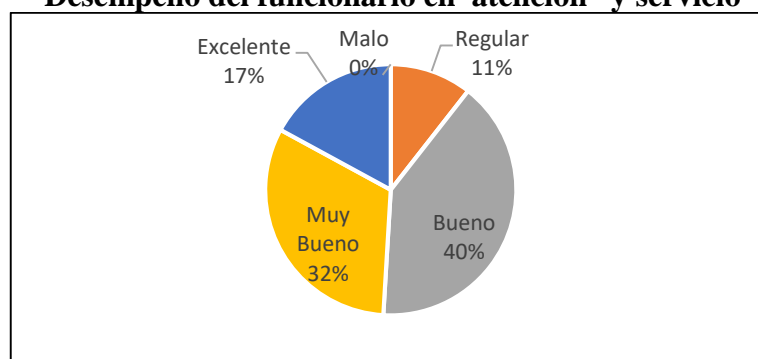
Tabla 14
Desempeño del funcionario en atención y servicio

| Calificación | fa | Fr |
|---------------------|-----------|-----------|
| Malo | 0 | 0% |
| Regular | 39 | 11% |
| Bueno | 149 | 40% |
| Muy Bueno | 118 | 32% |
| Excelente | 63 | 17% |
| Total | 369 | 100% |

FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Grafico 14
Desempeño del funcionario en atención y servicio



FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis e Interpretación

Los usuarios encuestados manifiestan en un 40% que es Bueno, el 32% lo evalúa con bueno, el 17% con Excelente y el 11% con Regular.

Los encuestados en su mayoría evalúan con muy bueno y excelente que la institución dote de capacitación, conocimientos e información a sus funcionarios para que estos cuenten con la información necesaria y puedan entregar una excelente atención en el servicio a la comunidad.

15.- ¿Cómo evalúa al interés que tiene la institución en los programas de capacitación, conocimientos e información para sus funcionarios

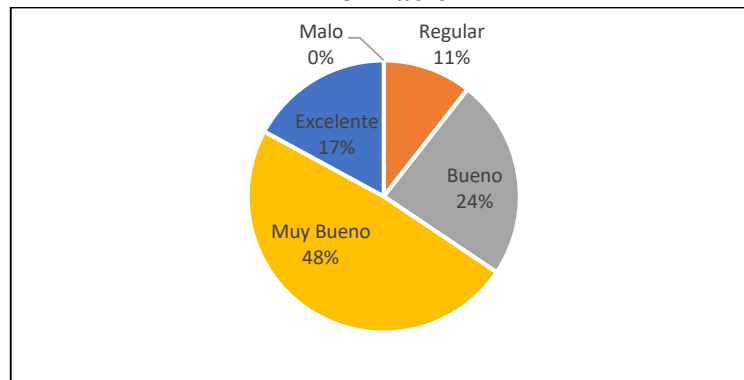
Tabla 15
Interés en programas de capacitación , conocimientos e información

| Calificación | fa | Fr |
|---------------------|-----------|-----------|
| Malo | 0 | 0% |
| Regular | 39 | 11% |
| Bueno | 88 | 24% |
| Muy Bueno | 179 | 48% |
| Excelente | 63 | 17% |
| Total | 369 | 100% |

FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Grafico 15
Interés en programas de capacitación , conocimientos e información



FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis e Interpretación

Los encuestados manifiestan en un 48% con Muy bueno, el 24% lo evalúa con bueno, el 17% con Excelente y el 11% con Regular. La respuesta que los encuestados dan a esta pregunta es importante ya que manifiestan la importancia que tiene la capacitación orientada a los funcionarios, por tanto debería considerarse dentro de la planificación y actividades de la institución para fortalecer los conocimientos de los funcionarios y mejorar el desempeño en los puestos de trabajo.

Hallazgos encontrados en la encuesta realizada a los usuarios de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza

1.- Califique el trato y la atención del funcionario cuando acudió al MAGAP?

En cuanto al trato y la atención del funcionario hacia el usuario, los usuarios en su mayoría no se encuentran totalmente satisfechos, en razón de que las respuestas a esta pregunta revelan que no hay mayor diferencia entre bueno y regular, por tanto se debe comprometer a los funcionarios a mejorar en el trato y atención.

2.- ¿El nivel de satisfacción por la información suministrada fue?

Los usuarios manifiestan que la información recibida no cubre sus expectativas, por tanto se hace necesario aplicar los principios de la administración para superar esta falencia y alcanzar los objetivos institucionales.

3.- ¿El tiempo en la atención al trámite y/o servicio fue?

La mayoría de usuarios manifiestan en sus respuestas que no se sienten complacidos en cuanto al tiempo en la atención al trámite y/o servicio, considerando que existe demora en cada trámite por tanto se deberá evaluar y optimizar el tiempo en función de la atención brindada para superar esta debilidad.

4.- ¿Cómo califica la respuesta que da el funcionario a sus dudas respecto a su problema?

La opinión que tiene la mayoría de usuarios en esta pregunta es que no existe aclaración de dudas a sus problemas por tanto es importante dotar a los funcionarios de la información y sobre todo de la forma de transmitirla para no tener este tipo de inconvenientes y puedan desempeñarse eficientemente en su trabajo.

5.- ¿La explicación e importancia que el funcionario da a sus problemas, usted cómo califica?

Los encuestados en su mayoría no sienten mayor interés del funcionario hacia sus problemas, generando insatisfacción y descontento de parte de la comunidad de usuarios de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza.

6.- ¿El cumplimiento respecto a horarios de atención al público lo estima?

La mayoría de usuarios respondió que no existe ningún problema con el cumplimiento de horarios, por tanto les genera satisfacción.

7.- ¿La presentación de quejas o sugerencias, usted lo considera?

Se observa que una parte de los encuestados está de acuerdo en que se debe presentar quejas y sugerencias, situación que permitirá conocer sobre el sentir de los mismos.

8.- ¿Cómo califica la importancia que el MAGAP da a las quejas y sugerencias realizadas?

La mayoría de encuestados consideran que no se da mayor importancia a las quejas y sugerencias ya en la institución no se cuenta con un buzón donde se pueda dejar las mismas situación que deberá considerarse para proponer los correctivos necesarios.

9.- ¿Cómo califica la atención telefónica entregada?

La mayoría de los usuarios manifiestan que no es muy necesario utilizar este medio de comunicación, ya que se da una relación directa con la institución.

10.- La aplicación de conocimientos y profesionalismo del funcionario en el desarrollo de su trabajo es?

En su mayoría los usuarios consideran que los conocimientos si permiten mejorar el profesionalismo de los funcionarios, sin embargo deben trabajar mejor para lograr la satisfacción total.

11.- ¿Cómo evalúa la preocupación del funcionario por resolver su necesidad?

En términos generales, la mayoría de encuestados manifiesta no sentir esta preocupación por parte del funcionario al darle una calificación de bueno generando insatisfacción en los mismos, en tanto que en una minoría de usuarios manifiesta que si ha sentido esa preocupación por parte del funcionario.

12.- ¿El espacio físico y ambiente de trabajo del funcionario lo considera?

En su mayoría la población encuestada no está de acuerdo con el espacio y ambiente que presenta la institución; es importante considerar que si se desea obtener un buen trato y servicio el ambiente también influye en el ánimo de sus funcionarios.

13.- ¿Considera que la información que contiene la página web de la institución es?

Se obtiene de acuerdo a la información proporcionada que la mayoría de usuarios no han ingresado a la página web, en tanto que en otro grupo de la población considera que debe realizarse mejoras para que sea más atractiva a la vista y contenga información actualizada sobre las actividades de la institución.

14.- ¿Qué evaluación le merece la información con la que debe contar el funcionario para ofrecer una excelente atención en el servicio?

Los encuestados en su mayoría evalúan con muy bueno y excelente que la institución dote de capacitación, conocimientos e información a sus funcionarios para que estos cuenten con la información necesaria y puedan entregar una excelente atención en el servicio a la comunidad.

15.- ¿Cómo evalúa al interés que tiene la institución en los programas de capacitación, conocimientos e información para sus funcionarios

La respuesta que los encuestados dan a esta pregunta es importante ya que manifiestan la importancia que tiene la capacitación orientada a los funcionarios, por tanto debería considerarse dentro de la planificación y actividades de la institución para fortalecer los conocimientos de los funcionarios y mejorar el desempeño en los puestos de trabajo.

4.1.2 Análisis de Resultados de la Entrevista en profundidad aplicada a los funcionarios de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza en el cantón Pastaza.

- **Motivación:** En donde se ha planteado tres preguntas, para realizar el análisis se ha promediado sus resultados.
1. ¿En la institución se cuenta con eventos que vayan en beneficio de sus empleados?
 2. ¿Existe incentivos en la institución para los empleados?
 3. ¿En la institución se promueve actividades recreativas y deportivas para sus empleados?

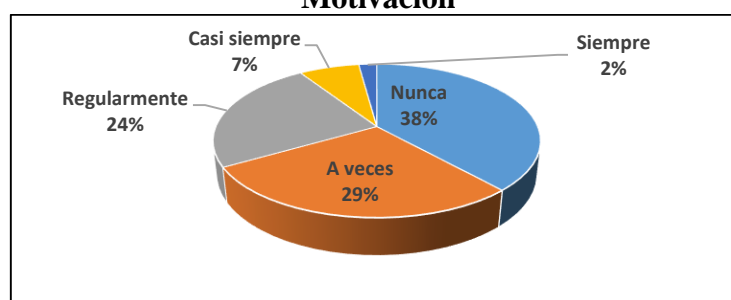
Tabla 16
Motivación

| Calificación | fa | fr | Promedio | | |
|--------------|----|------|----------|----|----|
| | | | 1 | 2 | 3 |
| Nunca | 18 | 38% | 26 | 13 | 15 |
| A veces | 13 | 28% | 15 | 8 | 17 |
| Regularmente | 11 | 24% | 6 | 13 | 15 |
| Casi siempre | 7 | 7% | 0 | 10 | 0 |
| Siempre | 1 | 2% | 0 | 3 | 0 |
| Total | 47 | 100% | 47 | 47 | 47 |

FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Grafico 16
Motivación



FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis e Interpretación

En el componente Motivación, los funcionarios entrevistados respondieron en un 38% Nunca, en un 29% A veces, el 24% Regularmente, el 7% Casi Siempre y el 2% Siempre. En resumen se evidencia de acuerdo a la información revelada por los funcionarios que el 91% responde que no existe ningún tipo de motivación, en tanto que el 9% responde que sí.

- **Desempeño:** Para conocer el trabajo de los funcionarios se han planteado las siguientes preguntas:
 4. ¿Existe responsabilidad en la ejecución de su trabajo?
 5. ¿Resuelve las peticiones del usuario con facilidad?
 6. ¿Dispone de todos los recursos necesarios para la ejecución de su trabajo?
 7. ¿Considera que la atención y servicio entregados por usted, genera satisfacción en el usuario?

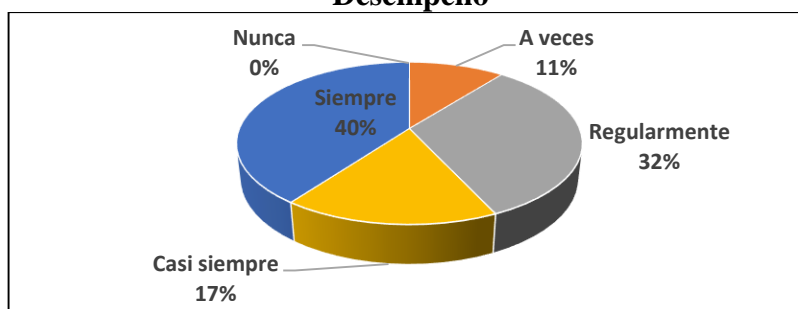
Tabla 17
Desempeño

| Calificación | Fa | fr | Promedio | | | |
|--------------|----|------|----------|----|----|----|
| | | | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Nunca | 0 | 0% | 0 | 0 | 0 | 0 |
| A veces | 5 | 11% | 0 | 12 | 0 | 8 |
| Regularmente | 15 | 32% | 9 | 12 | 27 | 13 |
| Casi siempre | 8 | 17% | 16 | 4 | 9 | 3 |
| Siempre | 19 | 40% | 22 | 19 | 11 | 23 |
| Total | 47 | 100% | 47 | 47 | 47 | 47 |

FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Tabla 17
Desempeño



FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis e Interpretación

En el componente Desempeño, la población entrevistada respondió en un 40% Siempre, en in 32% Regularmente, 17% Casi Siempre, y el 11% A veces. Se evidencia en general que los funcionarios en un 57% desempeñan correctamente su trabajo, en tanto que el 43% lo realiza de manera poco eficiente.

- **Compromiso institucional:** Para analizar este componente se estructuró tres preguntas:

8. ¿La estabilidad laboral le genera valor a sus actividades en la institución?
9. ¿El contar con un ambiente adecuado, le permite desempeñarse eficientemente en su trabajo?
10. ¿Los recursos con los que dispone en su área de trabajo son suficientes para ejecutar sus actividades?

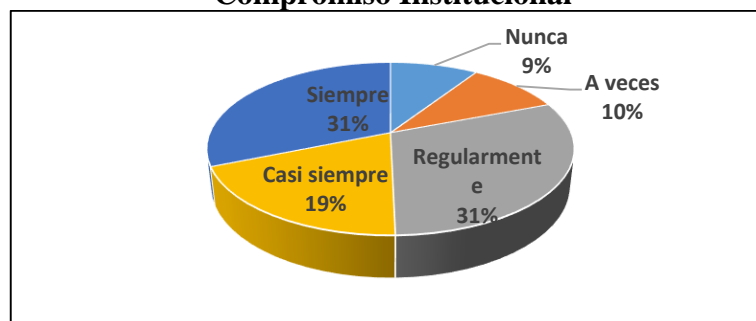
Tabla 18
Compromiso Institucional

| Calificación | Fa | fr | Promedio | | |
|--------------|----|------|----------|----|----|
| | | | 8 | 9 | 10 |
| Nunca | 4 | 9% | 11 | 0 | 2 |
| A veces | 5 | 10% | 6 | 0 | 8 |
| Regularmente | 14 | 30% | 15 | 10 | 18 |
| Casi siempre | 9 | 19% | 9 | 12 | 6 |
| Siempre | 15 | 31% | 6 | 25 | 13 |
| Total | 47 | 100% | 47 | 47 | 47 |

FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Grafico 18
Compromiso Institucional



FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis e Interpretación

En respuesta al compromiso que tiene la institucional con los funcionarios, se obtuvieron los siguientes resultados, en un 31% los entrevistados respondieron Excelente y Regularmente, el 19% responde Casi Siempre, el 10% expresa A veces, y el 9% responde Nunca. Como conclusión general se obtiene en un 50% que existe compromiso por parte de la institución, sin embargo le falta mejorar para lograr motivación en sus funcionarios.

- **Programas de capacitación:** Para la evaluación de este componente se plantea las siguientes preguntas:

11. ¿Considera que las capacitaciones deben ser continuas?
12. ¿Los temas que deben manejarse en las capacitaciones deben ir de acuerdo al desempeño de puestos de trabajo?
13. ¿En su opinión considera necesario recibir capacitación continua sobre atención al cliente o usuario?
14. ¿Usted en la ejecución de su trabajo aplica los conocimientos recibidos en las capacitaciones?

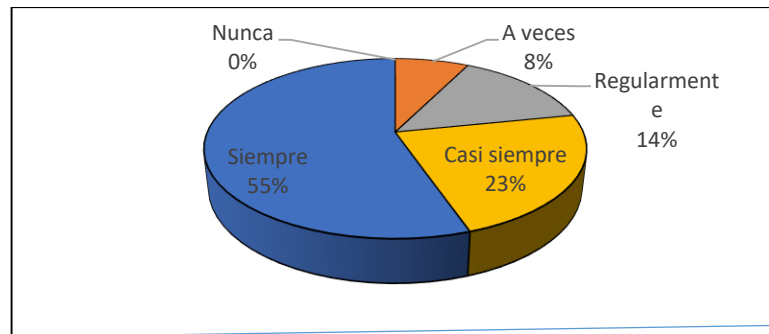
Tabla 19
Programas de capacitación

| Calificación | % | F | Promedio | | | |
|--------------|-----|----|----------|----|----|----|
| | | | 11 | 12 | 13 | 14 |
| Nunca | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| A veces | 7 | 4 | 0 | 0 | 14 | 0 |
| Regularmente | 14 | 7 | 13 | 5 | 9 | 0 |
| Casi siempre | 23 | 11 | 9 | 12 | 7 | 15 |
| Siempre | 55 | 26 | 25 | 30 | 17 | 32 |
| Total | 100 | 47 | 47 | 47 | 47 | 47 |

FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Grafico 19
Programas de capacitación



FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015
ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis e Interpretación

Con respecto a los Programas de capacitación, los funcionarios respondieron en un 55% con Siempre, el 23% Casi Siempre, el 14% Regularmente y el 8% A veces. Se evidencia que la institución está continuamente capacitando a sus funcionarios para mejorar el desempeño en el trabajo a realizar, reflejado en un 78% como respuesta afirmativa y en un 22% en donde los funcionarios no consideran de provecho esta actividad.

- **Programas de evaluación de desempeño:** Las preguntas formuladas para evaluar este componente son:

15. ¿Se realizan evaluaciones sobre el trabajo que usted realiza?
16. ¿Se maneja un control sobre quejas, sugerencia y reclamos
17. ¿Tiene asignado un número específico de usuarios por día para brindarles el servicio?
18. ¿Existe un seguimiento a los trámites que atienden en cada departamento?
19. ¿El tiempo que dedica a cada usuario es medido y evaluado?
20. ¿Las herramientas con las que realiza su trabajo le ayudan a ser más productivo?
21. ¿Cumple satisfactoriamente la prestación de servicios que usted entrega a los usuarios?

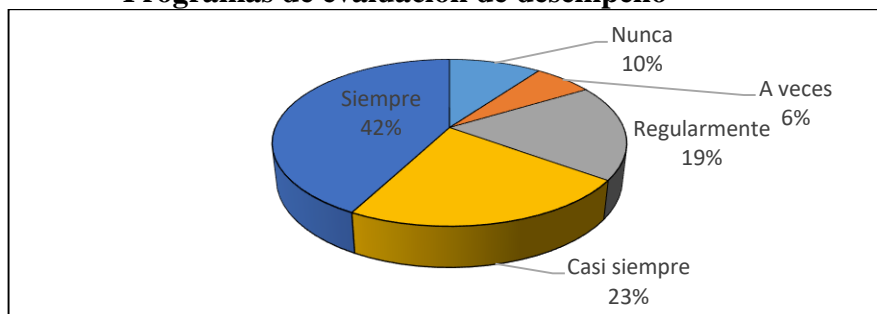
Tabla 20
Programas de evaluación de desempeño

| Calificación | fa | fr | Promedio | | | | | | |
|--------------|-----|----|----------|----|----|----|----|----|----|
| | | | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| Nunca | 10 | 5 | 0 | 6 | 15 | 0 | 12 | 0 | 0 |
| A veces | 6 | 3 | 0 | 0 | 12 | 0 | 6 | 0 | 3 |
| Regularmente | 19 | 9 | 0 | 9 | 20 | 11 | 6 | 5 | 10 |
| Casi siempre | 23 | 11 | 0 | 19 | 0 | 13 | 23 | 11 | 9 |
| Siempre | 42 | 20 | 47 | 13 | 0 | 23 | 0 | 31 | 25 |
| Total | 100 | 47 | 47 | 47 | 47 | 47 | 47 | 47 | 47 |

FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Grafico 20
Programas de evaluación de desempeño



FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis e Interpretación

La respuesta a los programas de evaluación de desempeño según la información proporcionada por los funcionarios demuestran en un 42% que la institución Siempre evalúa el trabajo realizado, el 23% Casi Siempre, el 19% Regularmente, el 10% Nunca, y el 6% A veces. Con la información generada se puede decir que en resumen que el 65% de funcionarios está de acuerdo con las evaluaciones en tanto que el 35% no.

Hallazgos encontrados en la entrevista a profundidad realizada a los funcionarios de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza

Para realizar el análisis en esta técnica se procede a considerar los componentes con sus diferentes preguntas y para la valoración se realiza un promedio de cada una de ellas.

Motivación: Se evidencia de acuerdo a la información revelada por los funcionarios en su mayoría concuerdan que no existe ningún tipo de motivación por parte de la institución.

Desempeño: Se evidencia de acuerdo a la información obtenida que los funcionarios en su mayoría cumplen correctamente su trabajo, en tanto que en una minoría lo realiza de manera poco eficiente.

Compromiso institucional: Del total de funcionarios la mitad responden a esta interrogante que si existe compromiso por parte de la institución, sin embargo le falta mejorar para lograr motivación en sus funcionarios.

Programas de capacitación: De acuerdo a la información proporcionada por los funcionarios se evidencia que la institución está continuamente capacitando a sus funcionarios para mejorar el desempeño en el trabajo a realizar, sin embargo en una minoría no consideran de provecho esta actividad.

Programas de evaluación de desempeño: Con la información facilitada por los funcionarios se puede deducir que la mayoría del personal del MAGAP da importancia y está de acuerdo con las evaluaciones de desempeño, en tanto que en una minoría no lo está.

4.1.3 Análisis de resultados de la Ficha de Observación aplicada en la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza.

- **Elementos Tangibles**

- 1) ¿Las instalaciones son visualmente atractivas?
- 2) ¿Cuenta con equipos tecnológicos de apariencia moderna?
- 3) ¿Los empleados visten con uniforme institucional?
- 4) ¿Los empleados visten adecuadamente el uniforme?
- 5) ¿Los empleados demuestran apariencia pulcra?
- 6) ¿Los muebles de oficina son visualmente atractivos y ergonómicos?

Tabla 21
Elementos tangibles

| Evaluación | Fr | Preguntas | | | | | |
|------------|------|-----------|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Si | 33% | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| No | 50% | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| A veces | 17% | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Total | 100% | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis

Se ha obtenido un promedio en base a las preguntas planteadas y respuestas conseguidas, en donde se establece que el 50% de elementos tangibles no cumplen con las necesidades básicas para su funcionamiento dentro de la institución, el 33% cumple eficientemente, en tanto que el 17% restante cumple a medias las normas establecidas en cuanto al uso del uniforme, situación que debe mejorar para obtener resultados satisfactorios a la imagen institucional.

- **Fiabilidad**

- 7) ¿Existe cumplimiento del trabajo a tiempo?
- 8) ¿Demuestra interés en solucionar los problemas?

- 9) ¿Entrega atención adecuada al usuario en su primera visita?
- 10) ¿Cumple con el tiempo estimado para el Servicio por trámite atendidos?
- 11) ¿Existe control de errores?
- 12) ¿Lleva un registro de errores?

Tabla 22
Fiabilidad

| Evaluación | Fr | Preguntas | | | | | |
|------------|--------|-----------|---|---|----|----|----|
| | | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Si | 33,33% | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| No | 33,33% | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| A veces | 33,33% | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Total | 100% | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis

En el aspecto Fiabilidad se ha obtenido los siguientes resultados, del 100% de funcionarios observados; el 33.33% cumple satisfactoriamente su trabajo en tiempo y atención, en el 33,33% se observa que no existe ni se lleva un control de errores, en tanto que en el 33.33% restante le falta mejorar en la solución de problemas así como el tiempo que lleva hacer un trámite, todo ello para alcanzar la eficiencia en las actividades a ellos conferidas.

- **Capacidad de respuesta**

- 13) ¿Se observa la entrega de un servicio rápido a los usuarios?
- 14) ¿Los Empleados están dispuestos a ayudar a sus usuarios?
- 15) ¿Los Empleados le comunican al usuario cuando culmina su servicio?
- 16) ¿Los Empleados dan solución inmediata a los problemas de sus usuarios?

Tabla 23
Capacidad de respuesta

| Evaluación | fr | Preguntas | | | |
|------------|------|-----------|----|----|----|
| | | 13 | 14 | 15 | 16 |
| Si | 25% | 0 | 0 | 0 | 1 |
| No | 25% | 0 | 0 | 1 | 0 |
| A veces | 50% | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Total | 100% | 1 | 1 | 1 | 1 |

FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis

En el aspecto Capacidad de respuesta, se evidencia en un 50% que A veces se entrega rapidez en el servicio y disposición de ayuda hacia los usuarios, en un 25% existe cumplimiento en la solución inmediata a los problemas, y en el 25% restante no se observa que el funcionario de aviso sobre la terminación del servicio entregado. Es necesario mejorar en los aspectos destacados en bien de la institución y sus usuarios, aportando un valor agregado.

- **Seguridad**

17) ¿Los Empleados transmiten confianza a sus usuarios?

18) ¿Los Usuarios se sienten seguros con la institución?

19) ¿Los Empleados son amables con sus usuarios?

20) ¿Los Empleados cuentan con conocimientos suficientes?

Tabla 24
Seguridad

| Evaluación | fr | Preguntas | | | |
|------------|------|-----------|----|----|----|
| | | 17 | 18 | 19 | 20 |
| Si | 50% | 1 | 1 | 0 | 0 |
| No | 25% | 0 | 0 | 0 | 1 |
| A veces | 25% | 0 | 0 | 1 | 0 |
| Total | 100% | 1 | 1 | 1 | 1 |

FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis

Los resultados obtenidos en el aspecto Seguridad, reflejan en un 50% que se transmite confianza a sus usuarios y estos se sienten seguros con la institución, en un 25% se observa que no todos los empleados cuentan con conocimiento suficiente para ejercer su trabajo, en tanto que el 25% restante de la población observada no demuestra amabilidad hacia sus usuarios. Por lo que es importante considerar estos aspectos para solucionarlos en favor de la institución.

- **Empatía**

21) ¿Se observa con actitud positiva hacia sus usuarios?

22) ¿Los Horarios son convenientes para sus usuarios?

23) ¿Existe atención individualizada a los usuarios?

24) ¿Existe empeño por dar una buena atención a los usuarios?

25) ¿Se considera las necesidades específicas de los usuarios?

Tabla 25
Empatía

| Evaluación | Fr | Preguntas | | | | |
|------------|------|-----------|----|----|----|----|
| | | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 |
| Si | 60% | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| No | 20% | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| A veces | 20% | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Total | 100% | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 |

FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis

Los resultados obtenidos en el aspecto Empatía, reflejan en un 60% se observa actitud positiva, horarios convenientes y atención individualizada a los usuarios, en un 20% no se evidencia empeño por dar una buena atención por ciertos funcionarios, en tanto que en el 20% restante A veces se considera las necesidades específicas de los usuarios, lo que significa que en este aspecto los funcionarios deben corregir ciertas actitudes que no permiten el cumplimiento eficiente de su trabajo.

- **Agilidad**

26) ¿Se observa prontitud en la atención?

27) ¿Se observa eficacia en la atención personalizada en las necesidades del usuario?

28) ¿Se observa pérdida de tiempo en la ejecución de tareas?

29) ¿Se observa optimización de tiempo en la información suministrada?

Tabla 26
Agilidad

| Evaluación | Fr | Preguntas | | | |
|------------|------|-----------|----|----|----|
| | | 26 | 27 | 28 | 29 |
| Si | 25% | 0 | 1 | 0 | 0 |
| No | 25% | 0 | 0 | 0 | 1 |
| A veces | 50% | 1 | 0 | 1 | 0 |
| Total | 100% | 0 | 1 | 0 | 1 |

FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis

Los resultados obtenidos en el aspecto Agilidad en un 50% se observa eficacia en la atención a las necesidades del usuario, en un 25% se observa prontitud en la atención brindada, en tanto que en el 25% restante no existe optimización de tiempo en la información suministrada, lo que amerita dialogo y generación de compromiso de los funcionarios para optimar el recurso tiempo.

Resumen General de Aspectos Observados

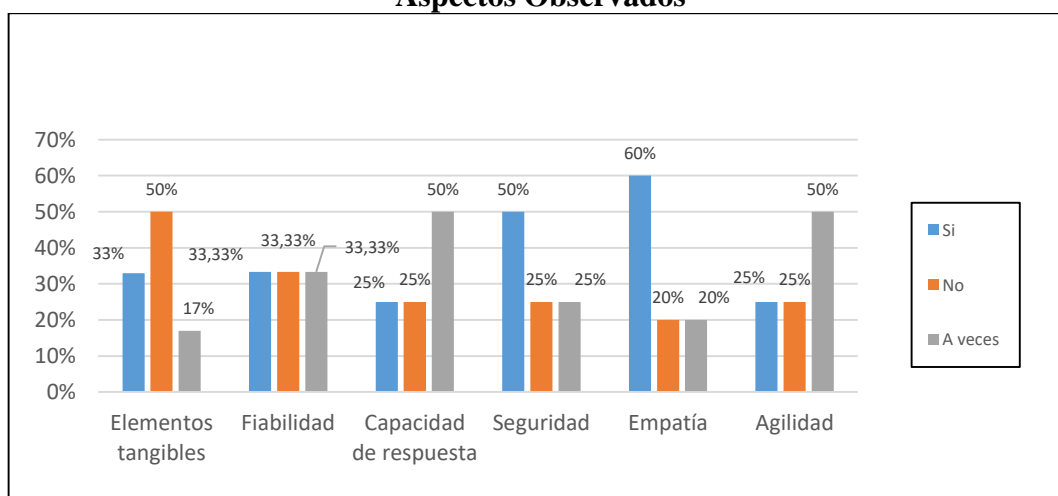
Tabla 27
Aspectos Observados

| Evaluación | Elementos tangibles | Fiabilidad | Capacidad de respuesta | Seguridad | Empatía | Agilidad |
|------------|---------------------|------------|------------------------|-----------|---------|----------|
| Si | 33% | 33,33% | 25% | 50% | 60% | 25% |
| No | 50% | 33,33% | 25% | 25% | 20% | 25% |
| A veces | 17% | 33,33% | 50% | 25% | 20% | 50% |
| Total | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |

FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Grafico 21
Aspectos Observados



FUENTE: Usuarios y Empleados MAGAP Pastaza; Mayo 2015

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis

De acuerdo a la información consolidada en la ficha de observación aplicada a la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza y analizados los aspectos descritos se establece que en la institución se necesita realizar cambios para un mejoramiento en la atención y servicio entregado a los usuarios, razón principal de la existencia de esta institución, considerando para ello al capital humano que trabaja así como la responsabilidad que tiene ante los usuarios.

Hallazgos encontrados en la ficha de observación realizada en la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza

Se ha considerado para la ficha de observación los siguientes elementos a ser observados:

Elementos Tangibles: En cuanto a los elementos tangibles se observa que en un 50% no cubren las necesidades de la institución, principalmente las instalaciones no son atractivas a la vista de los funcionarios ni usuarios, en el uso del uniforme por parte de los funcionarios no cumplen esta disposición, así como el mobiliario no es atractivo y ergonómico.

Fiabilidad: Se ha obtenido en este componente que los funcionarios observados en un 33.33% cumple satisfactoriamente su trabajo en tiempo y atención, 33,33% se observa que no existe ni se lleva un control de errores, en tanto que en el 33.33% restante le falta mejorar en la solución de problemas así como el tiempo que lleva hacer un trámite, todo ello para alcanzar la eficiencia en las actividades a ellos conferidas.

Capacidad de respuesta: En el aspecto Capacidad de respuesta, se evidencia en la mitad de funcionarios observados en su puesto de trabajo que no demuestran rapidez en el servicio y disposición de ayuda hacia los usuarios, en otro grupo se observa cumplimiento en la solución inmediata a los problemas, y en otro grupo no se observa diligencia y aviso sobre la terminación del servicio entregado. Es necesario mejorar en

los aspectos destacados en bien de la institución y sus usuarios, aportando un valor agregado.

Seguridad: Los resultados reflejan en la mitad de funcionarios que si transmiten confianza a sus usuarios, en otro grupo se observa que no todos los empleados cuentan con conocimiento suficiente para ejercer su trabajo, en tanto que el grupo restante de la población observada no demuestra amabilidad hacia sus usuarios. Por lo que es importante considerar estos aspectos para solucionarlos en favor de la institución.

Empatía: Los resultados obtenidos en este reflejan en la mayoría de funcionarios demuestra actitud positiva, atiende en los horarios convenidos y entrega atención individualizada a los usuarios, en una minoría de funcionarios no se evidencia empeño por dar una buena atención, en tanto que en el grupo restante solo a veces se considera las necesidades específicas de los usuarios, lo que significa que en este aspecto los funcionarios deben corregir ciertas actitudes que no permiten el cumplimiento eficiente de su trabajo.

Agilidad: Los resultados obtenidos en este aspecto evidencia en la mitad de funcionarios eficacia en la atención a las necesidades del usuario, en otro grupo se observa prontitud en la atención brindada, en tanto que en el grupo restante no existe optimización de tiempo en la información suministrada, lo que amerita dialogo y generación de compromiso de los funcionarios para optimar el recurso tiempo.

De acuerdo a la información consolidada en la ficha de observación aplicada a la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza y analizados los aspectos descritos se establece que en la institución se necesita realizar cambios para un mejoramiento en la atención y servicio entregado a los usuarios, razón principal de la existencia de esta institución, considerando para ello al capital humano que trabaja así como la responsabilidad que tiene ante los usuarios.

4.2 IMPLEMENTACION DE LA PROPUESTA

4.2.1 Diagnóstico Situacional.

El diagnostico situacional nos permite identificar la situación actual en la que se encuentra la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza (MAGAP), el mismo que se lo realiza mediante el análisis de las matrices de Evaluación de Factores Internos, Evaluación de Factores Externos y el Análisis FODA.

4.2.1.1 Etapa de aportación de información.

Para realizar el estudio se recolecta la información en la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza, permitiendo contar con el soporte suficiente y necesario, se procede a clasificarla, analizarla y consolidarla para poder definir las técnicas que se empleará y definir las estrategia más idónea en cuanto a la atención al usuario en el área de atención al cliente de la institución.

4.2.1.2 Matriz de evaluación de los factores internos y externos (EFI-EFE).

La matriz EFI: Para poder identificar y evaluar las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales del MAGAP así como formular su estrategia, utilizamos esta matriz, la misma que ayuda a identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas, aplicando para ello juicios intuitivos.

Primero se procede a realizar una lista de factores de éxito identificados luego del proceso de recopilación, clasificación y análisis de la información interna, a las cuales se asignaran porcentajes para poder realizar las comparaciones. Se asigna un peso entre 0.0 (no importante) a 1.0 (absolutamente importante) a cada uno de los factores. El peso adjudicado a un factor dado indica la importancia relativa del mismo para alcanzar el éxito de la institución. Independientemente de que el factor clave represente una fuerza o una debilidad interna, los factores que se consideren que repercutirán más en el desempeño de la organización llevan los pesos más altos. El total de todos los pesos debe de sumar 1.0.

Se suscribe una calificación entre 1 y 4 a cada uno de los factores a efecto de indicar si el factor representa:

- Una debilidad mayor (calificación = 1)
- Una debilidad menor (calificación = 2)
- Una fuerza menor (calificación = 3)
- Una fuerza mayor (calificación = 4)

Las calificaciones se refieren a la situación que esta se encuentra la institución, mientras que los pesos representan la importancia del éxito que se desea alcanzar. Se multiplica el peso de cada factor por su calificación correspondiente para determinar la calificación ponderada para cada variable, y posteriormente sumamos. Esto nos permitirá determinar el total ponderado de la institución entera.

El total ponderado puede ir de un mínimo de 1.0 a un máximo de 4.0, siendo la calificación promedio de 2.5. Los totales ponderados muy por debajo de 2.5 identifican a la institución que es débil en lo interno, mientras que las calificaciones muy por arriba de 2.5 indica una posición interna fuerza.

Tabla 28
EVALUACIÓN FACTORES INTERNOS (EFI)

| Factores críticos para el éxito | Peso | Calificación | Peso Ponderado |
|--|----------|--------------|----------------|
| FUERZAS | | | |
| Desempeño | 0.08 | 4 | 0.32 |
| Compromiso institucional | 0.18 | 4 | 0.72 |
| Moral de los funcionarios alta | 0.12 | 4 | 0.48 |
| Horarios de atención | 0.06 | 3 | 0.18 |
| DEBILIDADES | | | |
| Motivación | 0.09 | 1 | 0.09 |
| Programas de capacitación | 0.18 | 1 | 0.18 |
| Elementos Tangibles | 0.08 | 2 | 0.16 |
| Fiabilidad | 0.08 | 2 | 0.16 |
| Capacidad de respuesta | 0.06 | 2 | 0.12 |
| ESTRATEGIAS | | | |
| Los incentivos para los funcionarios no son eficaces | 0.07 | 1 | 0.07 |
| TOTAL | 1 | | 2.48 |

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis

Se evidencia que el total ponderado de la matriz EFI es de 2,48, esto se significa que la institución se encuentra débil internamente, por tanto necesita plantear una solución apropiada para superar este problema y fortalecerse institucionalmente.

La matriz EFE: El desarrollo de esta matriz nos permite identificar las oportunidades y amenazas que afectan a la institución. Procedemos a enlistarlos para luego asignarles un peso y una calificación, en donde 0.0 (no es importante) a 1.0 (muy importante).

Se asigna una calificación del 1 a 4 a cada uno de los factores determinantes para el éxito, donde:

4 = una respuesta superior

3 = una respuesta superior a la media

2 = una respuesta media

1 = una respuesta mal

El total ponderado más alto que puede obtener la institución es 4.0 y el total ponderado más bajo posible es 1.0. El valor del promedio ponderado es 2.5. Un promedio ponderado de 4.0 indica que la organización está respondiendo de manera excelente a las oportunidades y amenazas existentes.

Tabla 29
EVALUACIÓN FACTORES EXTERNOS (EFE)

| Factores determinantes del éxito | Peso | Calificación | Peso Ponderado |
|---|-------------|---------------------|-----------------------|
| OPORTUNIDADES | | | |
| Programas de evaluación de desempeño | 0.08 | 4 | 0.32 |
| Seguridad | 0.06 | 2 | 0.12 |
| Capacitación | 0.18 | 3 | 0.54 |
| Crecimiento institucional | 0.16 | 3 | 0.48 |
| AMENAZAS | | | |
| Recesión económica | 0.14 | 3 | 0.42 |
| Tecnología | 0.10 | 2 | 0.20 |
| Contaminación ambiental | 0.12 | 2 | 0.24 |
| Escasez de Información | 0.16 | 2 | 0.32 |
| TOTAL | 1 | | 2.64 |

ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis

El total ponderado de 2.64 indica que la Dirección Agropecuaria de Pastaza está justo por encima de la media en su esfuerzo por seguir estrategias que apoyen las oportunidades y eviten las amenazas.

4.2.1.3 Matriz de las amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas. (FODA).

Al realizar esta matriz se puede analizar los factores tanto internos como externos de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza.

Tabla 30

FODA

| FACTORES INTERNOS | FACTORES EXTERNOS |
|--|--|
| FORTALEZAS | OPORTUNIDADES |
| <ul style="list-style-type: none">• Cumplimiento de horarios establecidos.• Tener buena relación con los clientes.• Ampliación de los servicios prestados en la institución. | <ul style="list-style-type: none">• Mejorar los conocimientos e información de los funcionarios• Capacitación orientada a los funcionarios• Información mediante la Web• Información por los medios de comunicación• Fortalecimiento institucional |
| DEBILIDADES | AMENAZAS |
| <ul style="list-style-type: none">• Falta de atención personalizada a los clientes.• Insatisfacción en la información recibida• Demora en el despacho de trámites.• Falta de solución y aclaración a las dudas de los problemas• Falta de cultura orientada hacia la calidad del servicio.• Espacio físico y ambiente poco adecuado• Falta de capacitación de los funcionarios de atención al cliente, | <ul style="list-style-type: none">• Políticas variables del gobierno.• Limitadas fuentes de capacitación del personal.• Temperamento variado de los clientes al solicitar el servicio.• Incremento de mala publicidad por la inseguridad sentida en los clientes. |

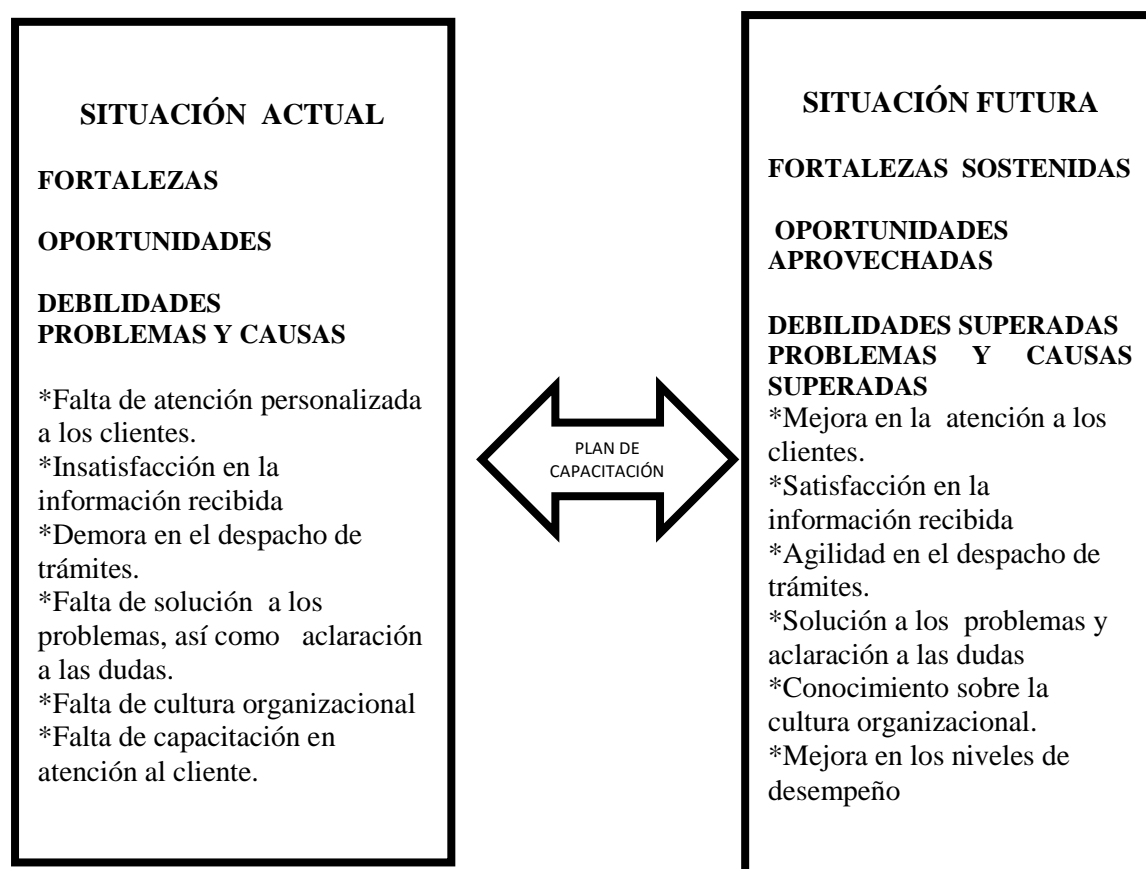
ELABORADO POR: Blanca Gualli

Análisis

Se puede identificar en la matriz la existencia de debilidades y amenazas que limitan a la institución a desempeñarse de manera eficiente, pese a las fortalezas que presenta, por tanto se debe mitigar las mismas, así como mantener y mejorar las fortalezas existentes y aprovechar las oportunidades que se observan.

4.2.1.4 Exposición de los problemas y causas detectadas para el establecimiento de la estrategia a proponer.

A través de los hallazgos encontrados en la información obtenida mediante la aplicación de las técnicas de la encuesta, la entrevista y la ficha de observación; se expone la situación actual y futura de los problemas y causas detectadas.



Identificados los problemas y causas existentes en la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza se propone como estrategia el diseño de un plan de capacitación de atención al usuario, el cual permitirá incrementar el desempeño de las actividades de los funcionarios logrando así la satisfacción de los usuarios de la institución.

4.2.2 PROPUESTA

PLAN DE CAPACITACIÓN DE ATENCIÓN AL USUARIO EN LA DIRECCIÓN PROVINCIAL AGROPECUARIA DE PASTAZA

La Dirección Agropecuaria Provincial de Pastaza consiente y preocupada de brindar un servicio de calidad a la ciudadanía, se ha visto en la necesidad de encontrar mecanismos que proporcionen a sus colaboradores los conocimientos, habilidades y actitudes que se requiere para lograr un desempeño óptimo.

Este plan de capacitación permitirá el diseño de programas con información relacionada a las actividades propias de la institución, dando la oportunidad al personal de aprender cosas nuevas, actualizar sus conocimientos, interactuar con otras personas, es decir que satisfagan sus propias necesidades, mediante técnicas y métodos que ayuden a ampliar sus capacidades para un desempeño eficiente en su puesto de trabajo, permitiendo a su vez a la institución alcanzar sus metas.

4.2.2.1 Objetivo de la Capacitación.

- Dotar a los funcionarios de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza de conocimientos que les ayude a ser más competitivos y eficientes, dando como resultado un cambio en la institución.

4.2.2.2 Contenidos.

- 1) El Servicio al cliente
- 2) Ética Empresarial y el Desempeño Laboral

- 3) Gestión en la insatisfacción del cliente
- 4) Liderazgo en la Organización
- 5) Relaciones interpersonales

4.2.2.3 Población Objetivo.

La población a la cual está dirigido el plan de capacitación es al personal de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza del área de atención al usuario. Conformado por 12 personas.

4.2.2.4 Recursos Necesarios.

Se considera para el plan de capacitación los siguientes recursos:

- Recursos Humanos: Capacitador o Instructor externo: Empresas especializadas en Capacitación.
- Recursos Tecnológicos: Audiovisuales y Computador
- Recursos Materiales: Útiles de oficina, Videos

4.2.2.5 Métodos de Capacitación.

- Curso
- Seminario
- Taller
- Charla

4.2.2.6 Lugar donde se efectuará la capacitación.

El desarrollo del plan de capacitación tiene dispuesto realizarse en el salón de actos dentro de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza.

4.2.2.7 Tiempo.

Inicio: Septiembre del 2015

Finaliza: Mayo del 2016

4.2.2.8 Horario.

Se propone realizar las capacitaciones los días de lunes a viernes; a partir de las 16h30 a 20h30 procurando no interrumpir con la jornada laboral.

4.2.2.9 Control y Evaluación de Resultados.

El control y evaluación es un proceso continuo y sistemático que mide los efectos tanto específicos como generales de la capacitación, por ello la importancia de realizar la evaluación después de concluida la capacitación, ya que permitirá visualizar el desarrollo de lo aprendido en un momento determinado; pudiendo comparar la el desempeño anterior con el posterior y verificar los resultados de las actividades capacitadoras, como una forma de respuesta a las necesidades detectadas anteriormente.

Para la evaluación de resultados se elabora la encuesta de satisfacción del curso.

| ENCUESTA DE SATISFACCIÓN | | | | | |
|---|--|-----------|-------|---------|-------------|
| Fecha: _____ | | | | | |
| Nombre del curso: _____ | | | | | |
| Nombre del facilitador: _____ | | | | | |
| Objetivo: Determinar el grado de satisfacción de los funcionarios al recibir nuevos conocimientos que benefician en la formación profesional de los asistentes. | | | | | |
| Concepto | | Excelente | Bueno | Regular | Indiferente |
| 1 | ¿Evalué la jornada de capacitación? | | | | |
| 2 | ¿Cómo califica el desempeño del expositor? | | | | |
| 3 | ¿Cómo valora el contenido de la exposición? | | | | |
| 4 | ¿Cómo califica la logística de la actividad? | | | | |
| 5 | ¿En qué medida considera que las actividades realizadas permitieron un adecuado desarrollo del tema? | | | | |
| ¿Qué tema considera se debería profundizar? | | | | | |
| Sugerencias: | | | | | |
| Elaborado por: Blanca Gualli | | | | | |

4.2.2.10 Presupuesto.

Para llevar a efecto el plan de capacitación se considera el siguiente presupuesto de gastos que incurren en el mismo detallado en la siguiente tabla.

Tabla 31
PRESUPUESTO

| No. | DESCRIPCIÓN | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|-------------------------------------|--|---------------------------|------------------------|
| | Capacitadores | | |
| 1 | Capacitador (curso, talleres, charlas, seminarios) 64horas | \$ 80.00 | \$5.120.00 |
| | Subtotal | | \$5.120.00 |
| | Equipos y materiales | | |
| 1 | Equipos para evento de capacitación | \$ 250.00 | \$ 250.00 |
| 12 | Tarjetas de Identificación (gafetes) | \$ 0.50 | \$ 6.00 |
| 12 | Papel Bond (resmas) y carpetas | \$ 1.00 | \$ 12.00 |
| 12 | Guía para desarrollo de curso | \$ 1.00 | \$ 12.00 |
| 10 | Marcadores | \$ 1.00 | \$ 10,00 |
| 25 | Esferos | \$ 0.25 | \$ 6.25 |
| | Subtotal | | \$ 296.25 |
| | Alimentación | | |
| 12 | Servicio de refrigerio (5 eventos) | \$ 2.00 | \$ 120.00 |
| | Subtotal | | \$ 120.00 |
| Elaborado por: Blanca Gualli | | Total o Parcial | \$5.536.25 |
| | | 12% IVA | \$ 664,35 |
| | | TOTAL | \$6.200,60 |

4.2.3 Desarrollo de las Temáticas a Tratar.

| Cuadro 1 CURSO: EL SERVICIO AL CLIENTE | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|--|-------------|--|---|---|---|--|
| TEMA | SUBTEMAS | OBJETIVO DEL CURSO | BENEFICIOS | BENEFICIARIOS | RECURSOS | RESPONSABLE | CRONOGRAMA | | | | |
| | | | | | | | MES: Septiembre 2015 20 horas | | | | |
| | | | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| PROPORCIONANDO VALOR AL CLIENTE | Introducción El cliente El valor para el cliente La satisfacción para el cliente ¿Cómo entregar valor y satisfacción al cliente? | Actualizar y transmitir nuevos conocimientos a los participantes sobre la atención al cliente para que puedan desempeñarse eficientemente en sus puestos de trabajo mediante una entrega de servicio y atención de calidad. | Contar con personal mejor informado y capacitado en el área de atención al cliente. Incremento en la satisfacción de los clientes al cumplir con sus expectativas en cuanto al servicio y atención recibida. Fortalecimiento institucional al ofertar atención y servicio de calidad. | El personal de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza La población de Pastaza | Audiovisuales Computador Útiles de oficina Videos | Capacitador | X | | | | |
| | LOS CLIENTES Y LA RAZON DE SER DE LA EMPRESA | | | | | | | | X | | |
| | EL SERVICIO EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE | | | | | | Una buena relación con el cliente. La comunicación aspecto clave para atender los requerimientos del cliente. La comunicación para destacar los atributos del producto. Manejo de quejas. Requisitos personales y organizacionales para satisfacer los requerimientos de los clientes. | | | X | |
| Elaborado por: Blanca Gualli | | | | | | | | | | | |

| Cuadro 2 | | | | | | | | | | |
|---|--|---|---|---|--|-------------|------------------------------------|---|---|---|
| TALLER : ÉTICA EMPRESARIAL Y EL DESEMPEÑO LABORAL | | | | | | | | | | |
| TEMA | SUBTEMAS | OBJETIVO DEL TALLER | BENEFICIOS | BENEFICIARIOS | RECURSOS | RESPONSABLE | CRONOGRAMA | | | |
| | | | | | | | MES: Noviembre 2015 10 horas | | | |
| | | | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ETICA EMPRESARIAL Y EL DESEMPEÑO LABORAL | Ética empresarial La ética empresarial y su relación con los valores y principios La ética y su influencia en las actitudes personales y organizacionales Importancia de la ética en una empresa Desempeño laboral Administración del desempeño Evaluación del desempeño laboral Relación entre ética empresarial y desempeño laboral | Proporcionar a los participantes una compilación de técnicas de aprendizaje cooperativo para que puedan llevarla a la práctica. | Desarrollo del potencial creativo del talento humano en la institución para que pueda mejorar y consolidar la relación con los clientes. Mejora en el desempeño de las labores fomentando la satisfacción de los clientes. Reconocimiento institucional al mejorar la eficiencia en la atención hacia sus clientes. | El personal de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza La población del Puyo | Audiovisuales Computador Útiles de oficina Videos | Capacitador | | X | | |
| Elaborado por: Blanca Gualli | | | | | | | | | | |

| Cuadro 3 RESUMEN DEL SEMINARIO GESTIÓN DE LA INSATISFACCIÓN DEL CLIENTE | | | | | | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|-------------|-----------------------------|---|---|---|
| TEMA | SUBTEMAS | OBJETIVO DEL SEMINARIO | BENEFICIOS | BENEFICIARIOS | RECURSOS | RESPONSABLE | CRONOGRAMA | | | |
| | | | | | | | MES: Enero 2016 20 horas | | | |
| | | | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| INSATISFACCIÓN DEL CLIENTE | Introducción ¿Cuándo existe insatisfacción del cliente? Quejas más comunes de los clientes. Percepción equívoca de la insatisfacción de los clientes. Valoración adecuada del cliente. Consecuencia de la pérdida de clientes. Causas de insatisfacción y pérdida de clientes. Variables solucionables que están al alcance de la organización para atender la insatisfacción de clientes. | Facilitar la integración y mutuo conocimiento del personal para tratar temáticas específicas y aplicarlas a la realidad institucional. | Conocerá todo lo referente a lo que le genera insatisfacción al cliente y luego dar la solución para disminuir los errores presentados en la atención y servicio ofertados. Desarrollo de una actitud positiva para enfrentar a los problemas que pueden surgir. Ayuda a mejorar tus relaciones interpersonales, logrando unos canales de comunicación eficaces y el logro de conexiones armoniosas. | El personal de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza La población del Pastaza | Audiovisuales Computador Útiles de oficina Videos | Capacitador | | | X | |
| | LA SOLUCIÓN Y NEGOCIACIÓN DE CONFLICTOS | | | | | | | | X | |
| | LA IMPORTANCIA DE LA CALIDAD Y EL SERVICIO EN LA ORGANIZACIÓN | | | | | | | | | X |
| Elaborado por: Blanca Gualli | | | | | | | | | | |

Cuadro 4
CHARLA LIDERAZGO EN LA ORGANIZACIÓN

| TEMA | SUBTEMAS | OBJETIVO DE LA CHARLA | BENEFICIOS | BENEFICIARIOS | RECURSOS | RESPONSABLE | CRONOGRAMA | | | |
|-------------------------------------|--|---|---|--|-----------------------------|-------------|-----------------|---|---|---|
| | | | | | | | MES: Marzo 2016 | | | |
| | | | | | | | 2 horas | | | |
| | | | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| LIDERAZGO EN LA ORGANIZACIÓN | Introducción Importancia del liderazgo en la sociedad Tipos de liderazgo Funciones administrativas del liderazgo Características del líder El jefe ideal Liderazgo, circunstancia y efectividad. Detección de necesidades de formación en mi equipo de trabajo Integración y proceso de desarrollo de un equipo eficaz | Dar a conocer al talento humano de la institución sobre la importancia del liderazgo dentro de la organización, así como la de orientar a la identificación del estilo de liderazgo que se ejerce con su equipo de trabajo. | Afianzar la confianza de los funcionarios para la ejecución de su trabajo. Desarrollo de potencial para liderar su equipo de trabajo. Mejora el desempeño de las actividades personales y profesionales para la realización de tareas a su cargo. | El personal de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza La población del Pastaza | Audiovisuales Computador | Capacitador | | | X | |
| Elaborado por: Blanca Gualli | | | | | | | | | | |

Cuadro 5
TALLER RELACIONES INTERPERSONALES

Cuadro 5

TALLER RELACIONES INTERPERSONALES

| TEMA | SUBTEMAS | OBJETIVO DEL TALLER | BENEFICIOS | BENEFICIARIOS | RECURSOS | RESPONSABLE | CRONOGRAMA | | | |
|------------------------------|--|--|--|---|--|-------------|----------------------------|---|---|---|
| | | | | | | | MES: Mayo 2016 12 Horas | | | |
| | | | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| RECURSOS HUMANOS | Introducción Concepto Importancia del recurso humano en las empresas Características del recurso humano Ventajas y desventajas | Mejorar las relaciones interpersonales, con los compañeros de trabajo y con los clientes, mediante una disminución de la presión y el estrés generado durante la vida, así como un incremento de la autoestima e imagen. | Analizado lo importante que resulta llevarse bien con los que nos rodean. Entendido el papel que desempeña la comunicación en la vida de los seres humanos. Analizado que los seres humanos responden de acuerdo a distintas necesidades. Elevado su motivación para desempeñar su trabajo con éxito. | Los funcionarios de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza La población del Pastaza | Audiovisuales Computador Útiles de oficina Videos | Capacitador | | X | | |
| RELACIONES INTERPERSONALES | Que son las relaciones personales Características de las relaciones personales Respeto Experiencia compartida Confianza Reciprocidad | | | | | | | X | | |
| TRABAJO EN EQUIPO | Que es un equipo Trabajo en equipo en las empresas Ventajas y desventajas del trabajo en equipo Conflictos de la sociedad Estrategias para solucionar conflictos | | | | | | | X | | |
| Elaborado por: Blanca Gualli | | | | | | | | | | |

4.3 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

La primera hipótesis a probar en esta investigación es:

- La recopilación y análisis de información de todos los aspectos relacionados a una excelente atención al usuario permitirá desarrollar nuevas acciones para mejorar el trabajo de los funcionarios en la institución.

Según la tabla No.14, que corresponde a la Encuesta de satisfacción aplicada a los usuarios, se evidencia la opinión que tienen con respecto a la capacitación, conocimientos e información acerca de la atención al usuario, considerando la importancia que los usuarios le dan a este tema, además se constituye en el origen para que los funcionarios puedan realizar su trabajo con eficiencia y logren cumplir y satisfacer las expectativas de la población.

Se considera además la información proporcionada por los funcionarios para generar eficiencia y calidez en la atención brindada, por tanto entre los componentes a evaluar son los programas de capacitación y los programas de evaluación de desempeño. Esta indagación permite conocer que existen debilidades que deben resolverse para mejorar el trabajo del personal que labora en la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza y de esta manera cumplir con su misión y objetivos institucionales.

Con estos antecedentes se verifica la hipótesis 1, en razón de que si existe información relacionada con la atención al usuario o servicio al cliente, así como el personal comprometido en contribuir al crecimiento y fortalecimiento en el área de atención al usuario, esto genera valor e incrementa los niveles de eficiencia dentro de la institución y mayor satisfacción en los usuarios, porque notaran los cambios producidos en esta área.

La segunda hipótesis a probar es:

- Realizar un diagnóstico de la situación actual de la atención al usuario, permitirá encontrar excelentes alternativas de mejora, en el trabajo de los funcionarios en la institución.

En base a la encuesta aplicada a los usuarios se considera la información proporcionada y relacionada con trato y la atención, información suministrada, el tiempo, la empatía, el tratamiento a las quejas y sugerencias, la atención telefónica, el conocimiento y profesionalismo, el espacio físico y ambiente de trabajo, en donde en forma general se ve la necesidad de tomar acciones correctivas para superar este problema que afecta el desarrollo de la institución y de la población; detectando falencias que están provocando inseguridad, incertidumbre y mal estar general en relación a lo que los usuarios esperan de la institución y especialmente de su recurso humano al momento de acudir a la institución a solicitar ayuda a los problemas que los aqueja.

También se considera para el análisis la información correspondiente a los funcionarios en donde se examina los componentes la motivación, el desempeño, el compromiso institucional verificando la falta de motivación, poca inversión y compromiso institucional, se requiere contar con espacio físico y ambiente agradable para el desarrollo de las actividades diarias de trabajo, considerando que si proporcionamos a nuestros colaboradores de herramientas útiles y apropiadas se lograra mejorar el desempeño.

Además se estudia los datos obtenidos en la ficha de observación considerando para ello varios indicadores como elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, agilidad, esto ha permitido evidenciar que falta un mayor compromiso y cambio de actitud de quienes conforman la institución para alcanzar los niveles de eficiencia y satisfacción en la atención brindada a los usuarios.

Bajo este análisis queda verificada la hipótesis 2.

La tercera hipótesis a probar es:

- Al proporcionar alternativas para una mejor atención a los usuarios se espera elevar el nivel de satisfacción en los mismos.

Una vez identificadas las variables que establecen el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza obtendrá un instrumento importante de retroalimentación, que le permitirá desarrollar sus actividades de la manera más eficiente y rentable apoyando a elevar los niveles de calidad y servicio, siendo generalmente sencillas pero requieren de la voluntad en organización, planificación y aplicación de estas. Esta verificada la hipótesis 3.

Hipótesis General

- El Diseño de Estrategias para el mejoramiento de la atención por parte de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza, contribuirá a la gestión elevando los niveles de satisfacción de los usuarios.

Una vez analizadas y comprobadas las hipótesis específicas y con los resultados obtenidos se procede al diseño de estrategias más idóneas para brindar una mejor atención a la población, con lo cual se espera aumentar la calidad del servicio y superar las expectativas de los usuarios por la atención recibida en la institución. Esta actividad permite la comprobación de la hipótesis general.

Las autoridades de la institución demuestran gran interés en superar las falencias exteriorizadas en el área de atención al usuario, hecho que requiere de los más óptimos elementos para alcanzar la satisfacción total de sus usuarios a través de los diferentes servicios que se les ofrece, la actuación de la institución y la puesta en marcha de las estrategias propuestas así como la posterior evaluación a las acciones tomadas valorarán el progreso en la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza.

Al proponer la aplicación de estrategias se promueve una cultura de servicio dentro de la institución, la cual guiará al talento humano a comportarse y relacionarse con

orientación al usuario, involucrando a todos los miembros de la institución; y sólo al existir esta cultura de servicio en la institución se logrará el compromiso para entregar un servicio de calidad

CONCLUSIONES

- Al realizar el análisis interno en el área de Atención al Usuario en la Dirección provincial Agropecuaria de Pastaza, se determinó las falencias que están provocando descontento, mal estar y por ende insatisfacción en los usuarios.
- Con la revisión teórica de los temas abordados en el estudio así como la investigación de campo aplicada a los usuarios y funcionarios de la institución, se pudo establecer las causas y problemas que han generado mal estar en los usuarios, lo cual permite evidenciar lo que está provocando estas molestias.
- Con toda la información que se recolectó tanto teórica como práctica, se pudo plantear el plan de capacitación como estrategia que aporte a la solución de los problemas detectados en la institución para mejorar la eficiencia y calidad en el desempeño de servicio y atención a los usuarios de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los jefes departamentales del MAGAP, en especial en el área de atención al cliente, realizar revisiones paulatinas sobre el servicio brindado a los clientes en los puestos de trabajo para evidenciar su desempeño y cumplimiento de acuerdo a las normas que rigen en la institución.
- Se recomienda realizar controles y evaluaciones periódicas en el área de atención al usuario, con el fin de detectar de forma inmediata las anomalías que se presentan en la institución para tomar los correctivos necesarios y no dejar avanzar estos problemas que generan insatisfacción en el público.
- Se recomienda a las Autoridades de la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza, poner en marcha el plan de capacitación, el mismo que aportará al personal de conocimientos, habilidades y actitudes requeridos en el puesto de trabajo para un desempeño eficiente en las funciones a ellos asignadas, produciendo resultados de calidad a través de la entrega de excelentes servicios a los usuarios de la institución.

BIBLIOGRAFIA

- Barquero, José Daniel, Rodríguez De Llauder, Carlos, Barquero Mario y Huertas Fernando. (2007). Marketing de Clientes: ¿Quién se ha llevado a mi cliente?. España: Interamericana de España. Segunda Edición, McGraw-Hill.
- Blanco Prieto Antonio, (2007). Atención al cliente (3ª ed.). Barcelona. Editorial: Pirámide.
- Biblioteca Universidad Metropolitana, (2009). Guía a la redacción en el estilo APA, 6ta edición.
- Camisón, C., Cruz, S. y González, T. (2006). Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas. España. Editorial Pearson Educación S.A.
- Carrasco, Soledad, (2013). Gestión de la atención al cliente/consumidor. España. Ediciones Paraninfo S.A.
- Crespo, Miguel (2009). Marketing de Servicios. Cuenca – Ecuador.
- Diccionario de Marketing. 2009. Cultural S. A. España. Ediciones. Madrid.
- Francés, Antonio (2006). Estrategia y planes para la empresa: Con el cuadro de mando integral. México. Ediciones Prentice Hall.
- Gutiérrez, H. (2010). Calidad total y productividad. México. Editorial Mc Graw-Hill.
- Gutiérrez, M. (2008). Administrar para la calidad: Conceptos administrativos del control total de la calidad. México. Editorial Limusa S.A de C.V.
- Hernández, S., Roberto, Fernández, C., Carlos, Baptista, L., Pilar (2008). Metodología de la investigación. Colombia. Mc Graw Hill.
- Kotler, Philip, (2012). Mercadotecnia, México. Editorial Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Armstrong Gary (2003). Fundamentos de Marketing 6ª ed. México. Prentice Hall.
- Pizzo, Mariana, (2009). Cómo Servir Con Excelencia: Un sistema al alcance de su equipo de trabajo. Revista Española de Innovación, calidad e ingeniería de software, Volumen 5. Barcelona.
- Sánchez, P., Pilar. (2010). Comunicación Empresarial y Atención al cliente. Madrid. Editorial Editex S.A.
- Sancho, R., David. (2002). Gestión de servicios públicos: Estrategias de marketing y calidad. Barcelona. Editoriales Tecnos.

Stanton, William, J., Etzel, Michael, J. y Walker, Bruce, J. (2007). Fundamentos de Marketing. México. Editorial McGraw-Hill.

Translation Management Group, (2009). *Sistemas de Calidad ISO9001-2008 cuarta edición*.

Tschohl, John. (2000). *Alcanzando la excelencia mediante el servicio*. Madrid. Ediciones Díaz de Santos. España.

Zeithaml, Valaire, A. y Bitner, Mary Jo. (2002). *Marketing De Servicios: Un Enfoque de Integración del Cliente a la Empresa*. México. Editorial: Mc Graw Hill.

ANEXOS

Anexo No. 1 Encuesta de Satisfacción del Usuario

OBJETIVO: Conocer el nivel de satisfacción que tienen los usuarios sobre los servicios recibidos en la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza en el área de Atención al Usuario.

Instrucciones: A las siguientes preguntas marque con una x en el recuadro.

Calificación: 1 = Malo; 2 = Regular; 3 = Bueno, 4 = Muy Bueno; 5 = Excelente, 6 = No aplica

| CUESTIONARIO | | | | | | | |
|--------------|---|--------------|---|---|---|---|---|
| No. | PREGUNTAS | CALIFICACIÓN | | | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1 | Califique el trato y la atención del funcionario cuando acudió al MAGAP | | | | | | |
| 2 | ¿El nivel de satisfacción por la información suministrada fue? | | | | | | |
| 3 | ¿El tiempo en la atención al trámite y/o servicio fue? | | | | | | |
| 4 | ¿Cómo calificaría al funcionario que pone en práctica la información sobre una excelente atención al usuario para mejorar su desempeño en la institución? | | | | | | |
| 5 | ¿La explicación e importancia que el funcionario da sus problemas usted como lo considera? | | | | | | |
| 6 | ¿El cumplimiento respecto a horarios de atención al público lo estima? | | | | | | |
| 7 | ¿La presentación de quejas o sugerencias, usted lo considera? | | | | | | |
| 8 | ¿Cómo califica la importancia que el MAGAP da a las quejas y sugerencias realizadas? | | | | | | |
| 9 | ¿Cómo califica la atención telefónica entregada? | | | | | | |
| 10 | La aplicación de conocimientos y profesionalismo del funcionario en el desarrollo de su trabajo es? | | | | | | |
| 11 | ¿Cómo evalúa la preocupación del funcionario por resolver su necesidad? | | | | | | |
| 12 | ¿El espacio y ambiente de trabajo del funcionario lo considera? | | | | | | |
| 13 | ¿Considera que la información que contiene la página web de la institución es? | | | | | | |
| 14 | ¿Qué calificación le da a la aplicación al desempeño del funcionario en la atención y servicio entregado a usted? | | | | | | |
| 15 | ¿Cómo evalúa al interés que tiene la institución en los programas de capacitación, conocimientos e información para sus funcionarios? | | | | | | |

Gracias por su colaboración

Anexo No 2 Ficha de Observación

OBJETIVO: Determinar los factores más significativos en la institución para mejorar el nivel de satisfacción de los usuarios sobre servicios recibidos en el MAGAP.

| No. | INDICADORES | RESPUESTA | | | OBSERVACION |
|-----|---|-----------|----|---------|----------------|
| | ELEMENTOS TANGIBLES | SI | NO | A veces | |
| 1 | Las instalaciones son visualmente atractivas | | | | Por qué: |
| 2 | Cuenta con equipos tecnológicos de apariencia moderna | | | | |
| 3 | Los empleados visten con uniforme institucional | | | | |
| 4 | Los empleados visten adecuadamente el uniforme | | | | |
| 5 | Los empleados demuestran apariencia pulcra | | | | |
| 6 | Los muebles de oficina son visualmente atractivos y ergonómicos | | | | Por qué: |
| | FIABILIDAD | | | | |
| 7 | Existe cumplimiento del trabajo a tiempo | | | | |
| 8 | Demuestra interés en solucionar los problemas | | | | Cómo: |
| 9 | Entrega atención adecuada al usuario en su primera visita | | | | |
| 10 | Cumple con el tiempo estimado para el Servicio por trámite atendidos | | | | Demora Puntual |
| 11 | Existe control de errores | | | | Cómo: |
| 12 | Lleva un registro de errores | | | | Cuál: |
| | CAPACIDAD DE RESPUESTA | | | | |
| 13 | Se observa la entrega de un servicio rápido a los usuarios | | | | |
| 14 | Los Empleados están dispuestos a ayudar a sus usuarios | | | | Cómo: |
| 15 | Los Empleados le comunican al usuario cuando culmina su servicio | | | | |
| 16 | Los Empleados dan solución inmediata a los problemas de sus usuarios | | | | |
| | SEGURIDAD | | | | |
| 17 | Los Empleados transmiten confianza a sus usuarios | | | | Cómo: |
| 18 | Los Usuarios se sienten seguros con la institución | | | | Por qué: |
| 19 | Los Empleados son amables con sus usuarios | | | | |
| 20 | Los Empleados cuentan con conocimientos suficientes | | | | Por qué: |
| | EMPATÍA | | | | |
| 21 | Se observa con actitud positiva hacia sus usuarios | | | | |
| 22 | Los Horarios son convenientes para sus usuarios | | | | |
| 23 | Existe atención individualizada a los usuarios | | | | |
| 24 | Existe empeño por dar una buena atención a los usuarios? | | | | Por qué: |
| 25 | Se considera las necesidades específicas de los usuarios | | | | |
| | AGILIDAD | | | | |
| 26 | Se observa prontitud en la atención? | | | | |
| 27 | Se observa eficacia en la atención personalizada en las necesidades del usuario | | | | |
| 28 | Se observa pérdida de tiempo en la ejecución de tareas | | | | Cuales: |
| 29 | Se observa optimización de tiempo en la información suministrada? | | | | |

Gracias por su colaboración

Anexo No. 3 Entrevista en Profundidad

OBJETIVO: Obtener información de los empleados y funcionarios sobre las causas que genera insatisfacción en el servicio a los usuarios sobre los servicios recibidos en la Dirección Provincial Agropecuaria de Pastaza en el área de atención al usuario.

Calificación: 1= Nunca; 2 = A veces, 3 = Regularmente; 4 = Casi siempre; 5 = Siempre.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas y escriba su criterio en cada una de ellas.

| Preguntas | Respuesta | | | | | Observaciones |
|---|-----------|---|---|---|---|---------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Motivación | | | | | | Cuales: |
| 1. En la institución se cuenta con eventos que vayan en beneficio de sus empleados? | | | | | | |
| 2. Existe incentivos en la institución para los empleados? | | | | | | |
| 3. En la institución se promueve actividades recreativas y deportivas para sus empleados? | | | | | | |
| Desempeño | | | | | | Como: |
| 4. Existe responsabilidad en la ejecución de su trabajo | | | | | | |
| 5. Resuelve las peticiones del usuario con facilidad | | | | | | |
| 6. Dispone de todos los recursos necesarios para la ejecución de su trabajo? | | | | | | |
| 7. ¿Considera que la atención y servicio entregados por usted, genera satisfacción en el usuario? | | | | | | |
| Compromiso institucional | | | | | | Qué ambiente: |
| 8. La estabilidad laboral le genera valor a sus actividades en la institución? | | | | | | |
| 9. El contar con un ambiente adecuado, le permite desempeñarse eficientemente en su trabajo? | | | | | | |
| 10. Los recursos con los que dispone en su área de trabajo son suficientes para ejecutar sus actividades? | | | | | | |
| Programas de capacitación | | | | | | Que temas? |
| 11. Considera que las capacitaciones deben ser continuas | | | | | | |
| 12. Los temas que deben manejarse en las capacitaciones deben ir de acuerdo al desempeño de puestos de trabajo? | | | | | | |
| 13. En su opinión considera necesario recibir capacitación continua sobre atención al cliente o usuario? | | | | | | |
| 14. Usted en la ejecución de su trabajo aplica los conocimientos recibidos en las capacitaciones? | | | | | | |
| Programas de evaluación de desempeño | | | | | | Como? |
| 15. Se realizan evaluaciones sobre el trabajo que usted realiza? | | | | | | |
| 16. Se maneja un control sobre quejas, sugerencia y reclamos | | | | | | |
| 17. Tiene asignado un numero específico de usuarios por día para brindarles el servicio? | | | | | | |
| 18. Existe un seguimiento a los tramites que atienden en cada departamento? | | | | | | |
| 19. El tiempo que dedica a cada usuario es medido y evaluado? | | | | | | |
| 20. Las herramientas con las que realiza su trabajo le ayudan a ser más productivo? | | | | | | |
| 21. Como califica la prestación de servicios que usted entrega a los usuarios? | | | | | | |

Gracias por su colaboración